النظرية الاقتصادية

التحليل الاقتصادى الوحدى

دكتـــور
طلعت الدمرداش إبراهيم
أستاذ الاقتصاد
كلية التجارة . جامعة الزقازيق

النظرية الاقتصادية : التحليل الاقتصادى الوحدى
د. طلعت الدمرداش
الطبعة الأولي: ٢٠٠٤
رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ٢٠٠٤/٣٥٤٥
الترقيم الدولي : 3405 - 44 - 4 - 977
الناشر : مكتبة القدس . الزقازيق. مصر

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ هُوَ الَّذِى جَعَلَ لَكُمُ الأَرْضَ ذَلُولاً فَامْشُوا فِى مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾ ﴾

﴿ سورة الملك ﴾

﴿ وَأَن لَّيْسَ لِلإِنسَانِ إِلاَّ مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ ﴾

﴿ سورة النجم ﴾

مختصر محتويات الكتاب

المقدمـــة

يتكون علم الاقتصاد - كأي علم من العلوم - من مجموعة من النظريات التي تفسر الظواهر والعلاقات الاقتصادية التي تحكم السلوك الإنساني بصفته الفردية والجماعية في تعامله مع مشكلاته الاقتصادية المختلفة . والنظريات الاقتصادية هي مجموعة من التعريفات التي توضح الصورة التي تتم بها الظواهر الاقتصادية في الواقع، خاصة إذا كانت الصورة متكررة الحدوث، وبالتالي تتصف بالتعميم . وتعد النظرية الاقتصادية صياغة محكمة للعلاقات الاقتصادية بين ظاهرة اقتصادية والعوامل المفسرة لتلك الظاهرة . وبصفة عامة تهدف النظرية الاقتصادية إلي اكتشاف وصياغة القوانين الاقتصادية التي تساعد في تحقيق الاستخدام الرشيد للموارد الاقتصادية النادرة ليحقق الأفراد أقصي إشباع ممكن لاحتياجاتهم الفردية ويحقق المجتمع ككل أقصي رفاهية ممكنة.

وطالما أن النظرية الاقتصادية تهتم بتفسير تصرفات الإنسان كأفراد أو كجماعات فى تفاعله مع البيئة المحيطة به لإشباع الحاجات والرغبات الاجتماعية والفردية ، فإن الظواهر والعلاقات الاقتصادية ستأتي علي قدر من التعقيد يتناسب ومستوى تعقيد تفكير وتصرفات الإنسان ، ويكون من المستحيل تفهم طبيعة هذه الظواهر مجتمعة . ولذلك يكون من الضرورى التبسيط والتجزئة . ولذلك يتم صياغة وتحليل النظريات الاقتصادية من خلال النماذج Models ، ويمثل النموذج بعض حقائق من الواقع تتضمن الملامح الأساسية أو العلاقة الضرورية اللازمة لتفسير أو التنبؤ بسلوك ما. ويمكن عرض النماذج في شكل رسوم تخطيطيه أو في شكل جبري Algebraic أو في شكل بياني Graphic . ويكون من الضروري عند بناء نموذج ما وضع افتراضات حول العلاقات بين العوامل الكثيرة المؤثرة في الظاهرة التي يفسرها النموذج ، وقد لاتمثل تلك الافتراضات الحقيقة بدرجة كافية من الدقة . ولذلك فدائماً من يشتكي الدراسين للنظرية الاقتصادية - وخاصة المبتدئين - من أن فرضيات النماذج الاقتصادية غير قادرة علي قياس الواقع بدرجة كافية من الدقة .

ولكن إذا أخذنا في الاعتبار أن النموذج عبارة عن تبسيط وتجريد للحقيقة بشكل يسمح بالتركيز علي العوامل الأكثر أهمية اللازمة لتفسير سلوك الظاهرة والتنبؤ بها ، فإن مدي واقعية الافتراضات تصبح أقل أهمية .

ويتوقف مدي الحكم علي فائدة النماذج الاقتصادية وجودتها علي قدرتها في شرح وتفسير الظواهر الاقتصادية المعقدة أو التنبؤ بدرجة عالية من الدقة بسلوك تلك الظواهر في المستقبل، وهنا يكون من الضروري ألا تصل فرضيات النموذج إلي هدم حقائق الواقع، إذ أنه من المقبول تبسيط هذه الحقائق دون الوصول إلي هدمها.

ومن ثم فإنه سواء على مستوى التحليل الاقتصادى الجزئى أو التحليل الاقتصادى الكلى عادة ما يلجأ الاقتصاديون إلى افتراض ثبات العوامل الأخرى Other things being equal. وهى تقابل العبارة اللاتينية Ceteris Paribus . وذلك لأن معظم المتغيرات الاقتصادية تتأثر بعدة محددات فمثلاً يتأثر الطلب على السلعة بالدخل النقدى للمستهلكين وعدد المستهلكين وأسعار السلع الأخرى وتوقعات الدخل وتوقعات الأسعار وأذواق المستهلكين . فعندما يقوم الاقتصادى بتحليل تأثير الدخل النقدى على الطلب سيفترض ثبات تأثيرات المحددات الأخرى. وهذا الافتراض يجعل التحليل الاقتصادى أقرب للتجارب المعملية فهو وسيلة الاقتصادى لعزل التأثيرات على المتغيرات الاقتصادية وإخضاعها للتحليل كلٍ على حدة .

ويمكن تقسيم النظريات الاقتصادية وفقاً لمستوي النشاط الاقتصادي الذي تفسره تلك النظريات إلي مستويين ، **الأول:** ينصرف إلي تحليل العلاقات الاقتصادية الإجمالية للاقتصاد القومي ككل، ويطلق عليه 'التحليل الاقتصادي الكلي أو التجميعي' Macroeconomics ويهتم بدراسة وتحليل الاقتصاد القومى فى مجموعة أو القطاعات الكلية المكونة له مثل القطاع العائلى أو قطاع الأعمال أو القطاع الحكومى أو قطاع العالم الخارجى، وكذلك فهو يهتم بتحليل هيكل الاقتصاد القومى، ومن ثم فإن التحليل الكلى يهتم بدراسة وتحليل المتغيرات الاقتصادية الكلية مثل الناتج القومي والمتغيرات المكونة له المتمثلة فى الاستهلاك الكلى والادخار الكلى

والاستثمار الكلى والإنفاق الحكومى والصادرات والواردات. وكذلك فهو يهتم بمستوى التوظف الكلى فى الاقتصاد القومى وما يرتبط به من تحليل لمعدلات البطالة وتحليل مسبباتها، وكذلك دراسة وتحليل التضخم ومسبباته ، وتحليل الدورات الاقتصادية وغير ذلك من المشكلات الاقتصادية الكلية التى يعانى منها الاقتصادى القومى.ويخرج هذا المستوي من التحليل للنظرية الاقتصادية عن موضوع هذا الكتاب.

بينما ينصرف المستوي الثاني من النظرية الاقتصادية إلي دراسة وتحليل العلاقات التي تحكم سلوك وحدات أو مفردات الاقتصاد القومي، ويطلق عليه 'التحليل الاقتصادي الوحدي' (الجزئي) Microeconomics ويهتم بتحليل سلوك الوحدات الاقتصادية المكونة للاقتصاد القومى، وبصفة عامة توجد ثلاثة مجموعات تمثل الوحدات الاقتصادية بالمجتمع وهي: مجموعة المستهلكين Consumers ومجموعة المنتجين أو المنظمين Producers (Enterpreneurs) ومجموعة أصحاب الموارد Resource Owners، ويهتم التحليل الاقتصادي الوحدي بدراسة وتحليل سلوك الوحدات الاستهلاكية والتى تتمثل فى المستهلك الفرد أو العائلة تجاه اختيار نوعية وكميات السلع والخدمات الاستهلاكية ، ويهتم بدراسة سلوك الوحدات الإنتاجية المنتجة للسلع أو الخدمات تجاه تحديد اختيار نوعية وكميات المدخلات وتحديد السعار وكميات المنتجات، مهما كانت الصورة القانونية لتلك الوحدة الإنتاجية سواء كانت منتج فردى أو منشأة تأخذ شكل شركة تضامنية أو منشأة تأخذ شكل شركة مساهمة ، حيث لاتختلف طبيعة العملية الإنتاجية فى أى منهما وإن اختلف حجم العملية الإنتاجية نفسها. ويهتم بتحليل سوق سلعة أو خدمة معينة ، ويهتم كذلك بتحليل السلوك الفردى للوحدة من أصحاب الموارد فى عرض مواردهم ، وتحليل سلوك الوحدة الإنتاجية فى طلب الموارد الاقتصادية . ويمكن إجمال الأهداف الأساسية للتحليل الاقتصادى الوحدى فى الإجابة على التساؤلات التالية [1]:

---

(١) محمد سلطان أبوعلي وهناء خيرالدين، *الأسعار وتخصيص الموارد* (القاهرة: المؤلفان، ١٩٩١) ص ١٧.

- ما هى العوامل المحددة لأسعار السلع المختلفة ؟
- كيف تتحدد طريقة توزيع الفرد لدخله بين السلع والخدمات المختلفة ؟
- كيف يتحدد مستوى الإنتاج من سلعة معينة ؟
- كيف يتحدد حجم وعدد المنشآت فى صناعة معينة ؟
- كيف يتحدد عائد كل مورد من الموارد الاقتصادية ؟

ويختص هذا الكتاب بعرض النظريات الاقتصادية المرتبطة بمستوى التحليل الاقتصادي الوحدي أو الجزئي، وفي هذا الإطار سيتم تقسيم موضوعات هذا الكتاب إلي **خمسة أبواب** : يتناول **الباب الأول** بالدراسة والتحليل سوق المُنتَّج النهائي من خلال **ثلاثة فصول** (الأول والثاني والثالث) ، يختص **الفصل الأول** بدراسة وتحليل العرض والطلب وتحليل المرونة لكل منهما ، ويختص **الفصل الثاني** بتحليل توازن السوق واستقراره ، ويختص **الفصل الثالث** بعرض تطبيقات اقتصادية لتحليل السوق.

ويتناول **الباب الثاني** بالدراسة والتحليل سلوك المستهلك في إطار قواعد السوق الحر من خلال **ثلاثة فصول** (الرابع والخامس والسادس) ، يختص **الفصل الأول** بدراسة وتحليل " منحنيات السواء وتفسير سلوك المستهلك" ، ويختص **الفصل الثاني** بالدراسة والتحليل لـ " تطبيقات تحليل سلوك المستهلك" ، ويختص **الفصل الثالث** بدراسة وتحليل "نظرية التفضيل المستوحي وتفسير سلوك المستهلك".

ويتناول **الباب الثالث** بالدراسة والتحليل سلوك المنتج في إطار قواعد السوق الحر من خلال أربعة فصول (السابع والثامن والتاسع والعاشر)، يختص **الفصل الأول** بعرض وتحليل لمفاهيم منشآت الأعمال، ويختص **الفصل الثاني** بتحليل إنتاجية المدخلات في المنشأة في إطار قوانين الغلة ، ويختص **الفصل الثالث** بتحليل مستوي التشغيل الأمثل للمدخلات في المنشأة باستخدام أسلوب منحنيات سواء

الإنتاج ، ويختص **الفصل الرابع** بتحليل تكاليف الإنتاج في المنشأة في الأجلين القصير والطويل.

ويتناول **الباب الرابع** بالدراسة والتحليل أهداف الربحية وسلوك المنشأة في أسواق المنتجات النهائية من خلال ستة فصول (الحادي عشر والثاني عشر والثالث عشر والرابع عشر والخامس عشر والسادس عشر)، يختص **الفصل الأول** بتحليل طبيعة السوق وأثرها علي إيرادات المنشأة بحسب الأنماط المختلفة للأسواق، ويختص **الفصل الثاني** بتحليل أهداف الربحية للمنشأة في سوق المنافسة الكاملة ، ويختص **الفصل الثالث** بتحليل أهداف الربحية للمنشأة في سوق الاحتكار الكامل، ويختص **الفصل الرابع** بتحليل أهداف الربحية للمنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية ، ويختص **الفصل الخامس** بتحليل أهداف الربحية للمنشأة في سوق احتكار (منافسة) القلة، ويختص **الفصل السادس** بعرض وتحليل الأهداف البديلة لهدف تعظيم أرباح المنشأة.

ويتناول **الباب الخامس** بالدراسة والتحليل الاقتصادي لأسواق مدخلات الإنتاج من خلال ثلاثة فصول (السابع عشر والثامن عشر والتاسع عشر)، يختص **الفصل الأول** بتحليل أسواق مدخلات الإنتاج تحت ظروف المنافسة الكاملة ، ويختص **الفصل الثاني** بتحليل أسواق مدخلات الإنتاج تحت ظروف الاحتكار، ويختص **الفصل الثالث** بدراسة أهداف الكفاءة الاقتصادية وتخصيص الموارد.

ويجمع الأسلوب الذى نعرض به موضوعات هذا الكتاب بين العرض النظرى اللفظى والبيانى وبين استخدام الأسلوب الرياضى فى التحليل، وكلها تخلص فى النهاية إلى نتيجة واحدة تصور مجريات الأمور فى سلوك مفردات المجتمع وضوابطه، وتحدد الشروط المقيدة لهذا السلوك ، والطريق الأمثل للجمع بين تحقيق الرغبات والقيود المحددة لمنتهاها.

وتجدر الإشارة إلي أنه بالرغم من تبويب موضوعات هذا الكتاب في خمسة

أبواب، إلا أن تبويب فصول الكتاب أخذ ترقيماً متصلاً لم ينقطع بنهاية الأبواب ليصل عدد فصول الكتاب تسع عشرة فصل بدأت بالفصل الأول وانتهت بالفصل التاسع عشر، وهو الفصل الثالث من الباب الخامس.

ونود أن ننبه القارئ إلى أن الترقيم المتبع للجداول والأشكال فى هذا الكتاب تم على أساس أن الرقم الأول يشير إلى رقم الجدول أو الشكل ويشير الرقم الثانى إلى رقم الفصل وذلك باعتبار أن لكل فصل أرقام مستقلة لجداوله وأشكاله. فمثلاً الجدول رقم (٣-١) يشير إلى الجدول رقم (٣) فى الفصل الأول، ويشير الشكل رقم (٣-٤) إلى الشكل رقم (٣) فى الفصل الرابع.... وهكذا.

وأخيراً أدعو الله مخلصاً أن أكون قد وفقت فى عرض موضوع هذا الكتاب دون إخلال، مؤمناً بأن الكمال لله وحده ، وأتمنى أن يكون هذا الكتاب إسهاماً فى خدمة مسيرة التنمية الاقتصادية لوطنى العزيز مصر ووطنى العربى الكبير.

الباب الأول

تحليل السوق

- تحليل العرض والطلب
- توازن السوق واستقراره
- تطبيقات اقتصادية لتحليل السوق

مقدمة :

منذ قديم الزمان استقر فى أذهان العامة ولازال أن السوق هو المكان الذى يجتمع فيه البائعين والمشترين لمجموعات مختلفة من السلع، واكتسبت السوق أسمها من اسم المكان الذى تعقد فيه ، أو من الزمان الذى تعقد فيه ، فهناك سوق الحميدية وسوق العتبة ، وسوق الأحد، وسوق الثلاثاء، ... وهكذا . وإذا ما أردنا تحليل السوق بهذا المفهوم ، نجد أنه قد يستحيل ذلك لأن السوق بهذا المفهوم تشتمل على مجموعات غير متجانسة من العارضين ومجموعات غير متجانسة من المستهلكين، بل وتشتمل على سلع غير متجانسة . وحتى يمكن التحليل نعزل كل مجموعة متجانسة من العارضين والمشترين لسلع معينة ، ونطلق عليها سوق. يقترن أسمها بالسلعة المقصودة مع تحديد دقيق لزمان ومكان تلك السوق، كأن نقول سوق السيارات فى الشرقية فى الأسبوع الأول من شهر أكتوبر ٢٠٠٢، أو سوق السيارات فى مدينة الزقازيق فى الأسبوع الثانى من شهر أكتوبر ٢٠٠٢ ، أو السوق العالمى للسيارات فى الأسبوع الثالث من شهر أكتوبر ٢٠٠٢ ... وهكذا.

إن مفهوم السوق غير واضح المعالم تماماً كما قد يبدو، لأن معظم الأسواق غير محددة تحديداً دقيقاً جغرافياً ومادياً، ويعد اصطلاح السوق إلى حد ما فكرة تجريدية غامضة يستخدمها الاقتصاديون للتعبير عن التفاعل بين البائعين والمشترين، ومن ثم فإنه ليس من الضرورى أن يتضمن السوق منطقة جغرافية معينة ، ويعتبر السوق نظاماً أو هيكلاً يُسَّهل عمليات التبادل بين مختلف الوحدات الاقتصادية (الأفراد، الأسر، منشآت الأعمال، الحكومة ، المنظمات الخيرية ، ....).

ينصرف مفهوم السوق إلى مجموعة من العناصر تتمثل فى وجود شيء قابل للتبادل بين المتعاملين فى السوق، وقد يكون هذا الشيء موضوع التبادل فى السوق مُنتَج (سلعة أو خدمة) ، أو مورد اقتصادى ، أو أصل من الأصول المالية ، أو أصل من الأصول النقدية. وينقسم المتعاملين فى السوق ما بين : جانب الطلب ويتمثل فى مجموع المستهلكين فى السوق ومحددات سلوكهم ، وجانب العرض ويتمثل فى

مجموع المنتجين أو العارضين فى السوق ومحددات سلوكهم. ومن ثم فإن هناك نوعاً من التفاعل سيحدث فى السوق ما بين جانب الطلب وجانب العرض يتحدد على أثره السعر الذى سيسود السوق، ويقبله جانب الطلب (المشترين) وجانب العرض (البائعين)[1]، وعندما تصل السوق إلى هذا السعر يقال أن السوق فى وضع توازن. واستقر الاقتصاديون على تقسيم هياكل السوق إلى أربعة نماذج هى : سوق المنافسة الكاملة ، سوق الاحتكار الكامل (المطلق) ؛ سوق المنافسة الاحتكارية ، سوق احتكار (منافسة) القلة[2].

وفى سوق المنافسة الكاملة إذا ما حدث إختلال يبعد السوق عن وضع التوازن فقد تتكفل السوق باستعادة التوازن بصورة تلقائية وهو ما يطلق عليه التوازن المستقر، وإذا ما حدث إختلال يبعد السوق عن وضع التوازن ، قد تتجه السوق إلى مزيد من الاختلال والابتعاد عن وضع التوازن وهو ما يطلق عليه التوازن غير المستقر، وتتوقف حالة استقرار التوازن للسوق من عدمه على ميل كلٍ من منحنى الطلب والعرض، كما سنرى بعد قليل.

ويتضح مماسبق أن أي سوق - سواء كانت سوق سلعة معينة أو سوق خدمة معينة أو سوق مورد أو مدخل من مدخلات الإنتاج- لها عناصرها الأربعة التالية :

١- الشيء موضوع التداول فى السوق (قد يكون مُنْتَّج نهائي أو مُنْتَّج وسيط، أو أحد مدخلات الإنتاج أو مورد من الموارد الاقتصادية).
٢- جانب الطلب فى السوق (المستهلكين).
٣- جانب العرض فى السوق (المنتجين أو المالكين).
٤- السعر السائد (التوازنى) فى السوق.

---

(١) لاتقتصر عمليات التبادل فى السوق على البائعين والمشترين فقط، إذ يتسع مفهوم السوق لإمكانية ، وجود طرف ثالث كالسماسرة والوكلاء .... .

(٢) سيتم تحليل هياكل السوق الأربعة بصورة تفصيلية في الباب الرابع من هذا الكتاب.

ويمكن تحليل كل سوق علي حدة بحسب طبيعة العناصر المكونة لتلك السوق . وكذلك بحسب طبيعة علاقات التشابك بين تلك العناصر.

وسيتم في هذا الفصل تحليل السوق في إطار ظروف المنافسة الكاملة ، حيث يوجد بالسوق عدد كبير جداً من المتجين والمستهلكين، وتتسم السوق بنوافر حرية الدخو والمخروج ، وتوافر المعرفة التامة بظروف السوق، وتجانس وحدات الشيء موضوع التداول في السوق. وفي ضوء ذلك سيتم تحليل السوق من خلال ثلاثة فصول ، هي:

- تحليل الطلب والعرض.
- توازن السوق واستقراره.
- تطبيقات اقتصادية لتحليل السوق.

الفصل الأول

تحليل الطلب والعرض

يمثل الطلب والعرض شقى المقص فى السوق ، حيث أحدهما يكون سبب وجود الآخر، فإذا كان العرض أو الإنتاج وليد الطلب، فإن الإنتاج هو مصدر توليد الدخول للأفراد، وبالتالى فإن العرض أو الإنتاج سيكون هو الآخر سبب وجود الطلب. وسيتم تحليل كلٍ من هذين الجانبين بصفة فردية على النحو التالى:

١: تحليل الطلب:

يعبر جانب الطلب فى السوق عن سلوك المستهلكين والتى تعبر عنها قراراتهم الشرائية ، وتكون هذه القرارات وليدة رغبات واتجاهات المستهلكين وقدراتهم الشرائية ، ويعد الطلب متغيراً هاماً للنشاط الاقتصادى لأنه لن يكون هناك إنتاج بدون وجود طلب، ومن ثم يكون تحليل الطلب على جانب كبير من الأهمية ، وسنبدأ تحليل جانب الطلب بتعريف مفهوم الطلب، نتبعه بتحليل لتغيرات محددات الطلب ، والتعرف على الطلب العادى والطلب الشاذ.

١-١: مفهوم الطلب:

يعرف الطلب بأنه الجدول الذى يبين الكميات المختلفة من المنتج (سلعة أو خدمة) التى يرغب المستهلكون ويقدرون على شرائها بسعر ما من سلسلة من الأسعار خلال فترة زمنية معينة، ويعبر جدول الطلب عن خطط المشترين أو ما يستهدف المستهلكون شرائه من السلعة أو الخدمة فى السوق.

ويرى 'ريتشارد هـ. ليفتويش' أن الطلب مفهوم تعظيمى Maximum Concept فهو يمثل أقصى كميات يشتريها المستهلكون عند مختلف الأسعار خلال فترة زمنية محددة، ويمكن تعريف الطلب أيضاً بأنه يمثل أقصى قدر من الأسعار التى يرغب

المستهلكون فى دفعها لشراء مختلف الكميات خلال فترة زمنية محددة[١].

قانون الطلب:

يمثل قـانون الطلب العـلاقة المعـتـادة المتكررة عبـر الزمن بين السـعـر والكميـة المطلوبة من المُنتَّج ، وهى عادة علاقة عكسية (سـالبة) ، فعندما ينخفض سعر المُنتج تزداد الكميـة المطلوبة منه فى السـوق ، وعندمـا يرتفع سـعـر هذا المُنتَّج تنخـفض الكمية المطلوبة منه فى السـوق. ويمكن التعبير عن تلك العلاقة بين السـعر والكمية المطلوبة والتى يطلق عليـها "قانون الطلب" ، فى صورة جـدول أو منحنى أو دالة رياضية.

جدول الطلب:

يمكن توضيح العـلاقة العسكية القائـمة بين السعر والكميـة المطلوبة فى صورة جدول يشتـمل على جميع الكميـات التى يكون المستهلكين راغـبين وقادرين على شرائها عند جميع الأسعار المختلفة الممكنة فى السوق، ويمكن توضيح تلك العلاقة من خلال الجـدول رقم (١-١) ، وهو يمثل جدول افتراض للطلب على الـسيارات فى محافظة الشرقية خلال شهر ديسمبر ٢٠٠٠.

---

(١) " The demand curve is a maximum concept, it represents the maximum quantities per unit of time that consumers will take at varies prices, the demand curve can be viewed also showing the maximum prices which consumers will pay for different quantities per time".

- Richard H. Leftwich, ***The Price System and Reseource Allocation*** (Illinois: Dryden Press, Inc., 1970) PP. 31-32.

تأتى فكرة المفهوم التعظيمى للطلب، من خلال الأساليب المختلفة المستخدمة لتحليل سلوك المستهلك سواء كان ذلـ:

- نظرية المنفعة الحدية Marginal Utitity Theory.
- نظرية منحنيات سواء Indifference Curves Theory .
- نظرية التفضيل المستبان Revaled Perfrence Theory .

حيث أنه باستخدام أى من تلك الأساليب يتم الوصول إلى توازن المستهلك ، والذى يتحقق دائماً عند أقصى كمية يمكن للمستهلك شرائها بما يعظم الإشباع (المنفعة) المكتسبة للمستهلك فى ظل ظروف المستهلك والظروف السائدة فى السوق فى فترة زمنية محددة . ومن ثم يتم إشتقاق دالة طلب المستهلك على المُنتَج باستخدام أى من تلك الأساليب.

جدول رقم (١-١)

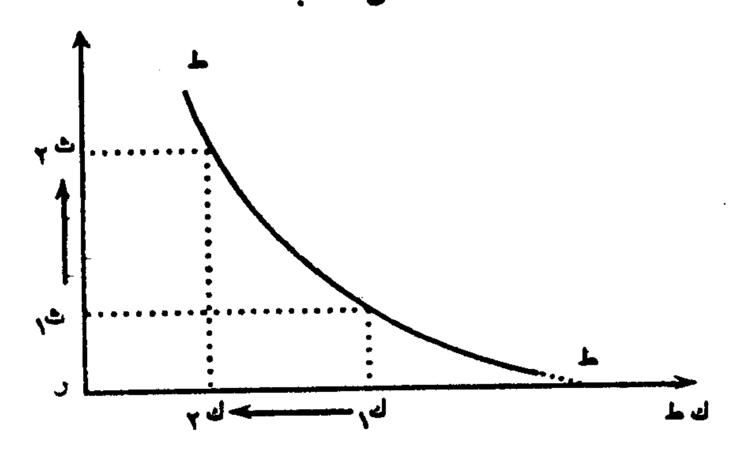
جدول الطلب

السعر ث = الف جنيه	الكمية المطلوبة ك ط
١٢٠	١٠٠٠٠
١٠٠	٢٥٠٠٠
٨٠	٣٠٠٠٠
٦٠	٥٠٠٠٠
٤٠	٦٠٠٠٠
٣٠	٨٥٠٠٠
٢٥	١٢٠٠٠٠

منحنى الطلب:

يعـد منحنى الطلب الصـورة البـيانيـة لقـانون الطلب، وقـد جرى العـرف بين الاقـتصـاديين على تمثيل السعـر على المحـور الرأسى، وتمثيل الكميـة المطلوبة على المحور الأفقى، وعادة ينحدر منحنى الطلب من أعلى إلى أسفل جهة اليمين، أى أنه

شكل رقم (١-١)
منحنى الطلب



منحنى سـالب الميل، وذلك لوجـود العلاقـة العكسـية المعـتادة بـين السعـر والكميـة المطلوبة . وذلك كما يوضحه الشكل رقم (١-١).

وتجدر الإشـارة إلى أن منحنى الطلب الذى نقوم بدراسته هنا هو منحنى طلب السوق، ويعبر عن جملة ما يطلبه جميع المستهلكون (المشترون) للمُنتَّج عند كل سعر فى السوق، ويمثـل منحنى طلب السوق المجمـوع الأفقى لمنتجات طلب المسـتهلكين المكونين لسوق المُنتَّج.

دالة الطلب:

تعـبر دالة الطلب عن الصيـغة الرياضـية لقـانون الطلب، ويمكن أن تأخـذ دالة الطلب صورة رياضيـة خطية بسيطة[1] على شكل معادلة اتجـاه عام ذات ميل سالـب، تكون بالصورة التالية :

$$ك_{ط} = أ - ب\ ث$$

حيث أن :

أ = تمثل الجزء المقطوع من المحور الأفقى فى دالة الطلب .

وهى تمثل أقصى كمية يطلبها المستهلكين من السلعة عندما يكون سعرها صفر.

ب = تمثل ميل منحنى الطلب .

أى أن معدل التغير فى الكمية المطلوبة بالنسبة لتغير السعر.

وتكون (ب) سالبة ، لأنها تعبر عن الميل السـالـب لمنحنى الطلب.

$ك_{ط}$ = الكمية المطلوبة ، وهى تمثل المتغير التابع فى دالة الطلب.

ث = السعر، وهو يمثل المتغير المستقل (المفسر) فى دالة الطلب.

---

(١) يمكن أن تكون دالة الطلب غير خطيـة أى دالة أسية ، وكذلك يمكن أن تكون دالة الطلب دالة مركبـة تشتمل على عدة متغيرات مفسرة (مستقلة) تعبر عن محددات الطلب السوقى.

١-٢: تغير الكمية المطلوبة وتغير الطلب [1]:

يلاحظ أنه عندما يتغير سعر المُنتَّج مع ثبات العوامل الأخرى المحددة للطلب ، فإن جدول ومنحنى الطلب يظل ثابتاً ، ولكن يترتب على ذلك الانتقال من نقطة لأخرى على نفس منحنى الطلب (وهو ما يطلق عليه التحرك علي منحني الطلب)، أى تتغير الكمية المطلوبة من المُنتَّج دون أن يتغير الطلب عليه، ويكون ذلك بسبب تغير سعر المُنتَّج فقط.

ولكن عندما يتغير واحد أو أكثر من العوامل المحددة للطلب[2] على المُنتَّج فإن جدول ومنحنى الطلب يتغير سواء بالزيادة أو النقصان (وهو ما يطلق عليه تحرك منحني الطلب)، أى أن جميع الكميات المطلوبة تتغير عند نفس مستويات الأسعار السابقة (الثابتة) أو أن جميع الأسعار تتغير عند نفس مستويات الكميات المطلوبة السابقة (الثابتة) ، ويطلق ذلك تغير الطلب. ويمكن تلخيص علاقات محددات الطلب بزيادة الطلب (تحريك منحنى الطلب جهة اليمين) أو نقصه (تحريك منحنى الطلب جهة اليسار) فى الجدول رقم (٢-١) .

وتجدر الإشارة إلى أنه ليس من الضرورى أن تتغير كل المحددات لينتقل منحنى الطلب ، ولكن يكفى أن يتغير أحد تلك المحددات أو بعضها دون تغير الآخرى . وفى حالة تغير جميع تلك المحددات أوعدد منها فى نفس الوقت ، لايكون تغيرها بالضرورة فى إتجاه واحد ، بل فى الغالب سيكون تغير بعضها فى الاتجاه الذى يؤدى إلى زيادة الطلب ، وتغير البعض الآخر سيكون فى الاتجاه الذى سيؤدى إلى نقص الطلب ، وهنا سيُحَدِد الآثر الصافى إتجاه تغير الطلب.

---

(١) التحرك على منحنى الطلب وتحرك منحنى الطلب.

(٢) يمكن الرجوع إلي تحليل تفصيلي عن مفهوم كل من تلك المحددات والكيفية التي يؤثر بها علي منحني الطلب، في :
- طلعت الدمرداش ، *مبادئ في علم الاقتصاد : الاقتصاد الوحدي* (الزقازيق: المؤلف، ٢٠٠٢) ص ص ٧٠-٧٥

جدول رقم (٢-١)

ملخص علاقات محددات الطلب بزيادة ونقص الطلب

محددات الطلب	زيادة الطلب	نقص الطلب
١: أذواق وتفضيلات المستهلكين	تغير الأذواق فى صالح السلعة	تغير الأذواق فى غير صالح السلعة
٢: عدد المستهلكين	زيادة عدد المستهلكين	نقص عدد المستهلكين
٣: الدخل النقدى :		
* السلع العادية .	زيادة الدخل النقدى	نقص الدخل النقدى
* السلع الرديئة .	نقص الدخل النقدى	زيادة الدخل النقدى
٤: أسعار السلع الأخرى :		
* أسعار السلع البديلة .	إرتفاع سعر السلعة البديلة	إنخفاض سعر السلعة البديلة
* أسعار السلع المكملة .	إنخفاض سعر السلعة المكملة	إرتفاع سعر السلعة المكملة
٥: توقعات المستهلكين :		
* توقعات سعر السلعة .	توقع إرتفاع السعر	توقع إنخفاض السعر
* توقعات الدخل النقدى	توقع زيادة الدخل النقدى	توقع إنخفاض الدخل النقدى
* توقعات وفرة السلعة	توقع عدم توافر السلعة	
* توقعات التقدم التكنولوجى		توقع التحسن التكنولوجى
٦: النفقات الاعلانية :		
* الاعلان عن السلعة	زيادة النفقات الاعلانية	نقص النفقات الاعلانية
* الاعلان عن السلع البديلة	نقص النفقات الاعلانية	زيادة النفقات الاعلانية
* الاعلان عن السلع المكملة	زيادة النفقات الاعلانية	نقص النفقات الاعلانية
٧: ميزانيات الحملات الترويجية		
* الترويج للسلعة	زيادة ميزانيات الحملات الترويجية	نقص ميزانيات الحملات الترويجية
* الترويج للسلعة البديلة	نقص ميزانيات الحملات الترويجية	زيادة ميزانيات الحملات الترويجية
* الترويج للسلعة المكملة	زيادة ميزانيات الحملات الترويجية	نقص ميزانيات الحملات الترويجية

فإذا كانت أثار تغيرات المحددات فى اتجاه زيادة الطلب أقوى من أثار تغيرات المحددات فى إتجاه نقص الطلب سيكون الأثر النهائى زيادة الطلب .

وإذا كانت أثار تغيرات المحددات فى إتجاه نقص الطلب أقوى من أثار تغيرات المحددات فى اتجاه زيادة الطلب سيكون الأثر النهائى نقص الطلب .

ويمكن التعرف على تأثيرات محددات الطلب على انتقالات منحنيات الطلب من خلال التحليل التالى :

١-٢-١ : زيادة الطلب :

يمكن القول بأنه قد حدثت زيادة فى الطلب على المُنْتَّج عندما يكون الأثر الصافى لتغيرات محددات الطلب فى اتجاه زيادة الطلب، ويتحقق ذلك فى حالتين:

أ - عندما تزداد الكميات المطلوبة من المُنْتَّج عند نفس سلسلة الأسعار، وهذا يعنى أن المستهلكون يقررون شراء كميات أكبر من المُنْتَّج عند نفس الأسعار. كما يوضحه الجدول رقم (٣-١/ أ)، والشكل رقم (٢-١/ أ) .

جدول رقم (٣-١)

زيادة الطلب

ث	ك.ط	ك.ط
٦٠	٥٠٠	٥٨٠
٥٨	٥٥٠	٦٢٠
٥٦	٦٠٠	٦٦٠
٥٤	٦٥٠	٧٠٠

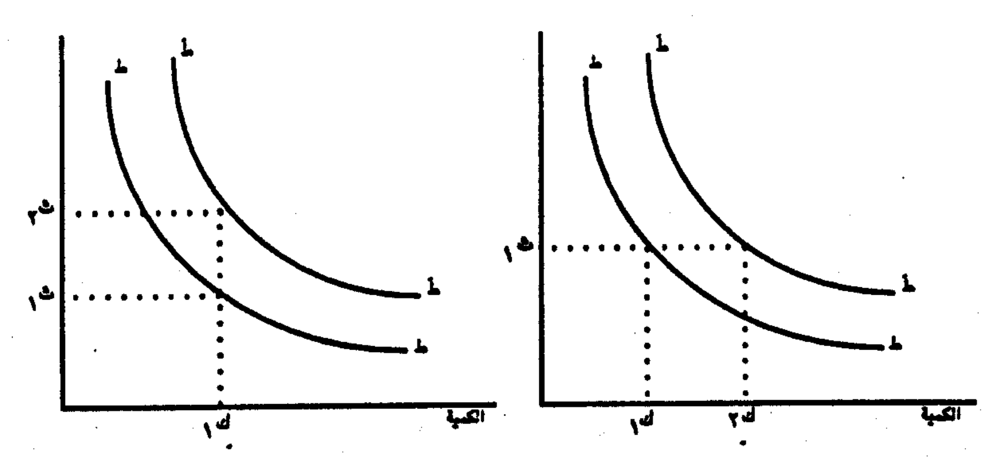
(أ) : زيادة الطلب معبراً عنه بتغير الكمية

ث	ك.ط	ث$_1$
٦٠	٥٠٠	٦٥
٥٨	٥٥٠	٦٣
٥٦	٦٠٠	٦١
٥٤	٦٥٠	٥٦

(ب) :زيادة الطلب معبراً عنه بتغير السعر

شكل رقم (٢-١)

زيـادة الطلـب



أ) زيادة الطلب معبراً عنه بتغير الكمية   ب) زيادة الطلب معبراً عنه بتغير السعر

ب - عندما ترتفع الأسـعار ويظل المستـهلكون يشترون نفس الكميـات عند سلسلة الأسعـار السابقـة ، وهذا يعنى أن المستـهلكون يقـررون شراء نفس الكميـات برغم إرتفاع الأسـعار، كمـا يوضحه الجـدول رقـم (٣-١/ ب)، والشكل رقم (٢-١/ ب).

١-٢-٢ : نقص الطلب :

يمكن القـول بأنه قد حدث نـقص الطلب على المُنتَّج عندما يكون الأثر الـصافى لتغيرات محددات الطلب فى اتجاه نقص الطلب، ويتحقق ذلك فى حالتين:

أ - عندما تنخـفض الكميات المطلوبة من المُنتَّج عند نفس سلـسلة الأسـعار ، وهذا يعنى أن المستهلكـون يقررون شراء كميات أقـل من المُنتَّج عند نفس الأسعار . كما يوضحه الجدول رقم (٤-١/ أ) ، والشكل رقم (٣-١/ أ).

ب - عندمـا تنخفض الأسعـار ويظل المستـهلكون يشتـرون نفس الكميـات عـد سلسلة الأسـعار السابقـة ، وهـذا يعنى أن المسـتهلكون يقـررون شراء نفس الكميـات برغم إنخفاض الأسعـار . كما يوضحـه الجدول رقم (٤-١/ ب) والشكل رقم (٣-١/ ب)

جدول رقم (٤-١)

نقص الطلب

ث	ك.ط	ك.طَ
٦٠	٥٠٠	٤٧٠
٥٨	٥٥٠	٥١٠
٥٦	٦٠٠	٥٥٠
٥٤	٦٥٠	٥٩٠

(أ) : نقص الطلب معبراً عنه بتغير الكمية

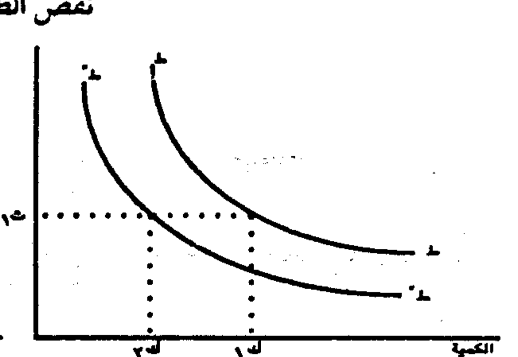
ث	ك.ط	ث٢
٦٠	٥٠٠	٥٧
٥٨	٥٥٠	٥١
٥٦	٦٠٠	٤٧
٥٤	٦٥٠	٤٣

(ب) : نقص الطلب معبراً عنه بتغير السعر.

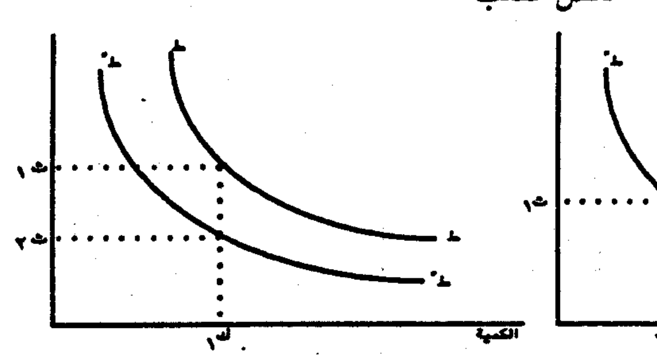
شكل رقم (٣-١)



نقص الطلب



أ) نقص الطلب معبراً عنه بتغير الكمية



ب) نقص الطلب معبراً عنه بتغير السعر

١-٣ : *الطلب العادى والطلب الشاذ:*

وهنا تتم دراسة الطلب من منظور علاقة الكمية المطلوبة من المُنتَج (سلعة أو خدمة) بسعره، فيما إذا كانت تخضع للقاعدة المعتادة أم تشذ عن تلك القاعدة، وذلك كما يتضح فيما يلى :

١-٣ :١ : *الطلب العادى:*

يقصد به الطلب الذى يأخذ العلاقة المعتادة بين السعر والكمية المطلوبة من

المُنتَج (سلعة أو خدمة) وهى العلاقة العكسية، إذ أنه كلما ارتفع سعر السلعة أو الخدمة انخفضت الكمية المطلوبة منها، وكلما انخفض سعر السلعة أو الخدمة زادت الكمية المطلوبة منها، وتنطبق هذه العلاقة على الغالبية العظمى من المنتجات سواء كانت سلعاً أم خدمات[1].

١-٣-٢ : الطلب الشاذ :

يقصد به الطلب الذى يأخذ علاقة غير تلك المعتادة بين السعر والكمية المطلوبة من المُنتَج (سلعة أو خدمة)، فيكون الطلب شاذ عندما تكون العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة علاقة طردية (موجبة)، إذ أنه كلما ارتفع سعر السلعة أو الخدمة زادت الكمية المطلوبة منها، وكلما انخفض سعر السلعة أو الخدمة إنخفضت الكمية المطلوبة منها. وذلك كما يتضح من الجدول رقم (٥-١)، والشكل رقم (٤-١).

جدول رقم (٥-١)

جدول طلب شاذ

السعر	ك . ط
٤	٧
٦	١٠
١٠	١٦

شكل رقم (٤-١)

منحنى طلب شاذ

ويكون الطلب شاذ فى حالة سلع الفقراء[2]، إذ أنه كلما كان المستهلك فقيراً

(١) تم عرض تحليل واف للطلب العادى فى البندين ١/١/١ ، ٢/١/١ .

(٢) يخضع تفسير الطلب الشاذ على سلع الفقراء لـ ' لغز جيفن Giffen Parodox ' والذى ينسب إلى الاقتصادى البريطانى ' روبرت جيفن ' إذ يعتقد أنه أول من بحث هذه الحالة ، فقد لاحظ تزايد الكميات التى يطلبها الفقراء من سلع معينة عند إرتفاع سعرها ، فى حين تنخفض الكميات التى يطلبها هؤلاء الفقراء من تلك السلع عند إنخفاض سعرها ..

يضطر لتخصيص الجزء الأكبر من دخله لشراء سلعة ضرورية لمعيشته، وفى الغالب تكون سلعة دنيا، لذلك فإنه عند إنخفاض سعر هذه السلعة يشعر المستهلك بزيادة دخله الحقيقى فيتحول لشراء سلعة أخرى بديلة لها أعلى جودة، أى أن إنخفاض سعر السلعة (الدنيا) يؤدى إلى إنخفاض الكمية المطلوبة منها، ويحدث العكس تماماً فى حالة إرتفاع سعر السلعة (الدنيا)، حيث يشعر الفرد بانخفاض دخله الحقيقى فيتحول عن شراء السلع الأعلى فى سلم تفضيله ويعود لشراء السلعة الدنيا فتزداد مشترياته منها عند ارتفاع سعرها.

وهناك حالات أخرى يكون فيها الطلب شاذاً، وهذه الحالات هي[1]:

١) سلع "المباهاة" أو "التظاهر" Snobs، حيث تتميز تلك السلع بأنه كلما ارتفع سعرها زادت الكميات المطلوبة منها. لأن حب التباهى والتظاهر يدفع الأفراد لهذا السلوك.

٢) أثر ڤبلن Veblen Effect : ويظهر ذلك الأثر عند الأفراد الذين تنتابهم الانفرادية بما يجعلهم يحاولون التمايز فى المظهر، ويندفعون لزيادة الكميات المطلوبة مع ارتفاع سعر السلعة، ويطلق على هذا النمط الإستهلاكى Conspicuious Consumption .

٣) سريان نزعة " المحاكاة " أو " مسايرة الركب " Bandwagon : حيث يرغب المستهلك فى شراء سلع معينة بالرغم من سعرها المرتفع، ليس إلا لمجرد مجاراة جيرانه، أو لاضطراره أن يكون موجوداً ضمن مجموعة من المشترين لهذه السلعة وهو معروف لهم فيضطر لمجاراتهم.

---

(١) منى محمد على الطائى، *التحليل الاقتصادى للطلب : دراسات فى النظرية والنماذج والإدارة* (عمان : دار حنين للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، ١٩٩٤) ص ص ١١٨-١١٩.

نقلاً عن :

- Harvey Leibenstein, "Bandwagon, Sanob and Veblen Effects", in ***Theory of Demand: Reading in Micro Economics***, David Kamerschein ed. (New York : John Wiley, 1969) PP 95-119.

٢ : تحليل العرض :

يعبر جانب العرض فى السوق عن سلوك المنتجين والتى تعبر عنها قرارات وسياسات الإنتاج داخل المنشآت، وسنبدأ تحليل جانب العرض بتعريف مفهوم العرض، نتبعه بتحليل لتغيرات محددات العرض، والتعرف على العرض العادى والعرض الشاذ.

٢-١ : مفهوم العرض :

يمثل العرض الكميات المختلفة من المُنتَج التى يكون المنتجون راغبين وقادرين على إنتاجها - بهدف البيع[١] - عند سلسلة الأسعار المختلفة فى السوق خلال فترة زمنية معينة ، ويعبر جدول العرض عن خطط المنتجين أو ما يستهدف المنتجين إنتاجه من المُنتَج فى السوق.

ويعرف 'ريتشارد هـ. ليفتويش' العرض بأنه أقصى كميات يرغب المنتجون (البائعون) فى عرضها فى السوق عند مختلف الأسعار فى فترة زمنية معينة ، ويضيف أن العرض يمكن أن يعبر عن أدنى الأسعار المختلفة التى يقبلها المنتجون وتجعلهم يقبلون عرض الكميات المختلفة من المُنتَج فى السوق خلال فترة زمنية معينة[٢].

قانون العرض :

يمثل قانون العرض العلاقة المعتادة المتكررة عبر الزمن بين السعر والكمية المعروضة من المُنتَج ، وهى عادة علاقة طردية (موجبة) ، فعندما ينخفض سعر المُنتَج تنخفض الكمية المعروضة منه فى السوق ، وعندما يرتفع سعر المُنتَج تزداد الكمية المعروضة منه فى السوق. ويمكن التعبير عن تلك العلاقة بين السعر والكمية المعروضة والتي يطلق عليها 'قانون العرض' فى صورة جدول أو منحنى أو دالة رياضية.

---

(١) هنا يجب التفرقة بين الإنتاج بغرض البيع وهو ما يطلق عليه مفهوم العرض، وبين الإنتاج بغرض الاستهلاك الذاتى والذى لايدخل فى مفهوم العرض، كأن يقوم المزارع بتخصيص مساحة من الأرض لزراعة بعض الخضروات التى تكفى احتياجات أسرته فقط، ومن ثم فإن هذا الإنتاج لن يدخل السوق، ومن ثم لن يدخل ضمن العرض السوقى من الخضروات.

(٢) Richard H. Leftwich, Op.Cit., PP. 30-31.

جدول العرض:

يمكن توضيح العلاقة الطردية بين السعر والكمية المعروضة فى صورة جدول يشتمل على جميع الكميات التى يكون المنتجين راغبين وقادرين على إنتاجها عند جميع الأسعار المختلفة الممكنة فى السوق، ويمكن توضيح تلك العلاقة من خلال الجدول رقم (٦-١) ، وهو يمثل جدول افتراضى للعرض من سلعة السيارات فى محافظة الشرقية خلال شهر ديسمبر ٢٠٠٠.

جدول رقم (٦-١)

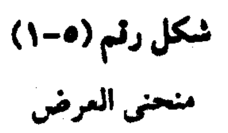
جدول العرض

السعر ث = الف جنيه	الكمية المعروضة ك ع
١٢٠	١٥٠٠٠
١٠٠	١٢٠٠٠
٨٠	٧٥٠٠
٦٠	٥٠٠٠
٤٠	٣٠٠٠
٣٠	٢٢٠٠
٢٥	١٥٠٠

منحنى العرض:

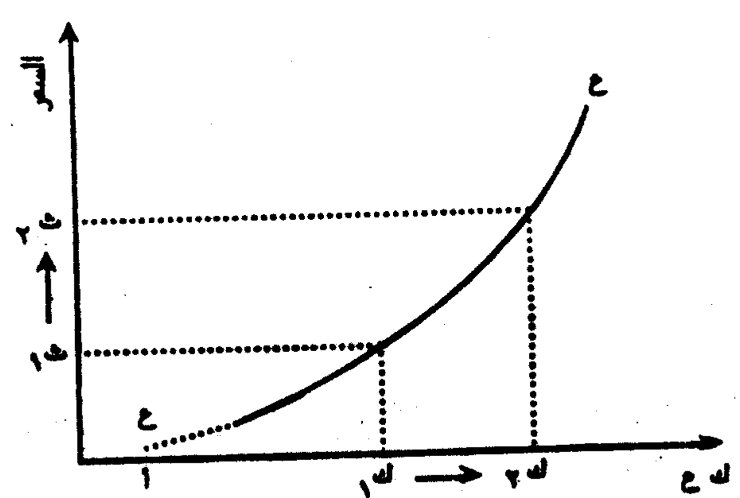
يعد منحنى العرض الصورة البيانية لقانون العرض، وقد جرى العرف بين الاقتصاديين على تمثيل السعر على المحور الرأسى ، وتمثيل الكمية المعروضة على المحور الأفقى، وعادة ينحدر منحنى العرض من أسفل لأعلى جهة اليمين، أى أنه منحنى موجب الميل، وذلك لوجود العلاقة الطردية المعتادة بين السعر والكمية المعروضة ، وذلك كما يوضحه الشكل رقم (٥-١).

وتجدر الإشارة إلى أن منحنى العرض الذى نقوم بدراسته هنا هو منحنى عرض السوق، ويعبر عن جملة ما ينتجه جميع المنتجون لهذا المُنتَج عند كل سعر من سلسلة



شكل رقم (٥-١)

منحنى العرض



الأسعار السائدة فى السوق، ويمثل منحنى عرض السوق المجموع الأفقى لمنحنيات عرض المنتجين الأفراد المكونين لسوق المُنتَج.

دالة العرض :

تعبر دالة العرض عن الصيغة الرياضية لقانون العرض، ويمكن أن تأخذ دالة العرض صورة رياضية خطية بسيطة[1] على شكل معادلة إتجاه عام ذات ميل موجب، تكون على الصورة التالية :

$$ك_{ع} = أ + ب\ ث$$

حيث أن :

أ = تمثل الجزء المقطوع من المحور الأفقى فى دالة العرض .

وهى تمثل أدنى كمية يمكن أن ينتجها (يعرضها) المنتجون من السلعة عندما يكون سعرها صفر.

---

(١) كما أشرنا بالنسبة لدالة الطلب، فإن دالة العرض كذلك يمكن أن تكون دالة غير خطية ،ويمكن أن تكون دالة مركبة تشتمل على عدة متغيرات مفسرة (مستقلة) تعبر عن محددات العرض السوقى.

ب = تمثل ميل منحنى العرض.

أى معدل التغير فى الكمية المعروضة بالنسبة لتغير السعر.

وتكون (ب) موجبة ، لأنها تعبر عن الميل الموجب لمنحنى العرض.

$ك_ع$ = الكمية المعروضة ، وهى تمثل المتغير التابع فى دالة العرض.

ث = السعر، وهو يمثل المتغير المستقل (المفسر) فى دالة العرض.

٢-٢ : تغير الكمية المعروضة وتغير العرض[١] :

يلاحظ أنه عندما يتغير سعر المُنتَّج مع ثبات العوامل الأخرى المحددة للعرض ، فإن جدول ومنحنى العرض يظل ثابتاً ، ولكن يترتب على ذلك الانتقال من نقطة لآخرى على نفس منحنى العرض (وهو ما يطلق عليه التحرك علي منحني العرض)، أي تتغير الكمية المعروضة من المُنتَّج دون أن يتغير العرض، ويكون ذلك بسبب تغير سعر المُنتَّج فقط.

ولكن عندما يتغير واحد أو أكثر من العوامل المحددة للعرض[٢] فإن جدول ومنحنى العرض يتغير سواء بالزيادة أو النقصان (وهو ما يطلق عليه تحرك منحني العرض)، أى أن جميع الكميات المعروضة تتغير عند نفس مستويات الأسعار السابقة (الثابتة) ، أو أن جميع الأسعار تتغير عند نفس مستويات الكميات السابقة (الثابتة) ، ويطلق على ذلك تغير العرض. ويمكن تلخيص علاقات محددات العرض بزيادة العرض (تحريك منحنى العرض جهة اليمين) أو نقصه (تحريك منحنى العرض جهة اليسار) فى الجدول رقم (٧-١) .

وتجدر الإشارة إلى أنه ليس من الضرورى أن تتغير كل المحددات لينتقل منحنى العرض ، ولكن يكفى أن يتغير أحد تلك المحددات أو بعضها دون تغير الآخرى.

---

(١) التحرك على منحنى العرض وتحرك منحنى العرض .

(٢) يمكن الرجوع إلي تحليل تفصيلي عن مفهوم كلٍ من تلك المحددات والكيفية التي يؤثر بها علي منحني العرض ، في :

- طلعت الدمرداش ، مبادئ وعلم الاقتصاد: الاقتصاد الوحدي، مرجع سابق، ص ص ٨٣-٨٦.

جدول رقم (٧-١)

ملخص علاقات محددات العرض بزيادة ونقص العرض

محددات العرض	زيادة العرض	نقص العرض
١ - عدد المنتجين	زيادة عدد المنتجين	انخفاض عدد المنتجين
٢: مستوى التكنولوجيا (أساليب الإنتاج)	التقدم التكنولوجى (تحسن أساليب الإنتاج)	التدهور التكنولوجى (تخلف أساليب الإنتاج)
٣: تكاليف الإنتاج	انخفاض تكاليف الإنتاج بسبب : - انخفاض أسعار الموارد (مدخلات الإنتاج) - تحسن أساليب الإنتاج - انخفاض الضرائب - زيادة الدعم الحكومى	ارتفاع تكاليف الإنتاج بسبب : - ارتفاع أسعار الموارد (مدخلات الإنتاج) - تخلف أساليب الإنتاج - ارتفاع الضرائب - انخفاض الدعم الحكومى
٤: أسعار السلع الأخرى • أسعار السلع المتنافسة على نفس الموارد (المدخلات) • أسعار السلع المتكاملة (المنتجات المشتركة)	انخفاض سعر السلع المتنافسة على نفس الموارد ارتفاع أسعار السلع التكاملة	ارتفاع سعر السلع المتنافسة على نفس الموارد انخفاض أسعار السلع المتكاملة
٥: توقعات المنتجين • توقعات سعر المُنتَج • توقعات الطلب	توقع ارتفاع السعر توقع زيادة الطلب	توقع انخفاض السعر توقع انخفاض الطلب

وفى حالة تغير جميع تلك المحددات أوعدد منها فى نفس الوقت ، لايكون تغيرها بالضرورة فى إتجاه واحد ، بل فى الغالب سيكون تغير بعضها فى الاتجاه الذى يؤدى إلى زيادة العرض ، وتغير البعض الآخر سيكون فى الاتجاه الذى سيؤدى إلى نقص العرض ، وهنا سيُحَدِد الآثر الصافى إتجاه تغير العرض.

فإذا كانت أثار تغيرات المحددات فى اتجاه زيادة العرض أقوى من أثار تغيرات المحددات فى إتجاه نقص العرض سيكون الأثر النهائى زيادة العرض .

وإذا كانت أثار تغيرات المحددات فى إتجاه نقص العرض أقوى من أثار تغيرات المحددات فى اتجاه زيادة العرض سيكون الأثر النهائى نقص العرض .

٢-٢-١ : زيادة العرض :

تتحقق زيادة العرض فى سوق المُنتَّج عندما يكون الأثر الصافى لتغيرات محددات العرض فى اتجاه زيادة العرض ، ويتحقق ذلك فى حالتين :

أ - عندما تزداد الكميات المعروضة من المُتَّج عند نفس سلسلة الأسعار، وهذا يعنى أن المنتجين يقررون إنتاج كميات أكبر من المُتَّج عند نفس الأسعار. كما يوضحه الجدول رقم (٨-١/أ)، والشكل رقم (٦-١/أ) .

جدول رقم (٨-١)

زيادة العرض

ث	ك.ع	ك عَ
٥٤	٥٠٠	٥٨٠
٥٦	٥٥٠	٦٢٠
٥٨	٦٠٠	٦٦٠
٦٠	٦٥٠	٧٠٠

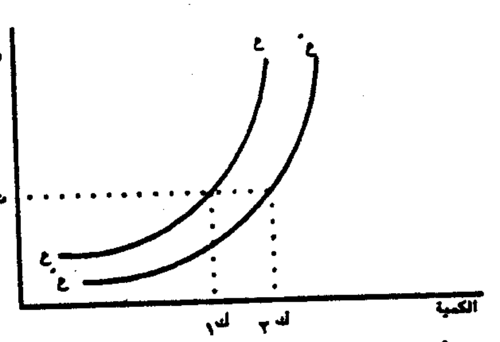
(أ) : زيادة العرض معبراً عنه بتغير الكمية

ث	ك.ع	ث۱
٥٤	٥٠٠	٥٢
٥٦	٥٥٠	٥٤
٥٨	٦٠٠	٥٦
٦٠	٦٥٠	٥٨

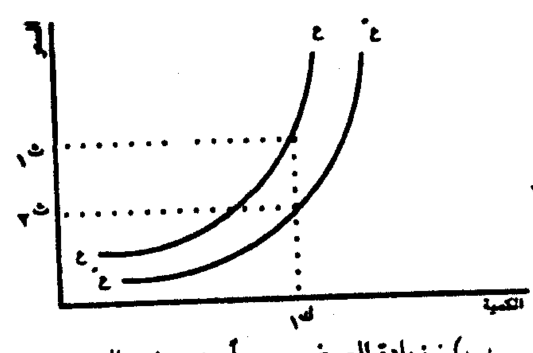
(ب) : زيادة العرض معبراً عنه بتغير السعر

شكل رقم (٦-١)

زيادة العرض



أ) : زيادة العرض معبراً عنه بتغير الكمية



ب) : زيادة العرض معبراً عنه بتغير السعر

ب - عندما تنخفض الأسعار ويظل المنتجين ينتجون نفس الكميات السابقة ، وهذا يعنى أن المنتجين يقررون إنتاج نفس الكميات برغم انخفاض الأسعار. كما يوضحه الجدول رقم (٨-١/ ب)، والشكل رقم (٦-١/ ب).

٢-٢-٢ : نقص العرض :

يتحقق نقص العرض فى سوق المُنَتَّج عندما يكون الأثر الصافى لتغيرات محددات العرض فى اتجاه نقص العرض، ويتحقق ذلك فى حالتين :

أ - عندما تنخفض الكميات المعروضة من المُنَتَّج عند نفس سلسلة الأسعار ، وهذا يعنى أن المنتجين يقررون إنتاج كميات أقل من المُنَتَّج عند نفس الأسعار .كما يوضحه الجدول رقم (٩-١/ أ) ، والشكل رقم (٧-١/ أ).

جدول رقم(٩-١)

نقص العرض

ث	ك.ع	ك.عً
٥٤	٥٠٠	٤٧٠
٥٦	٥٥٠	٥١٠
٥٨	٦٠٠	٥٥٠
٦٠	٦٥٠	٥٩٠

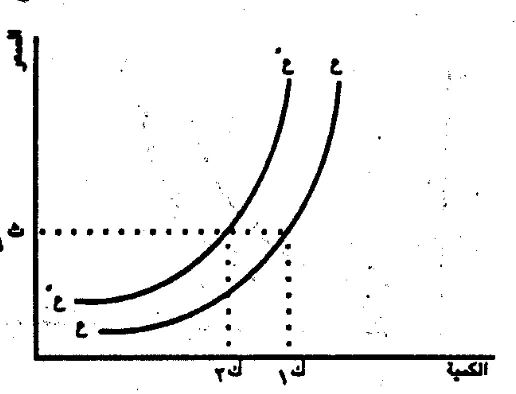
(أ) : نقص العرض معبراً عنه بتغير الكمية

ث	ك.ع	ثً
٥٤	٥٠٠	٥٩
٥٦	٥٥٠	٦١
٥٨	٦٠٠	٦٣
٦٠	٦٥٠	٦٥

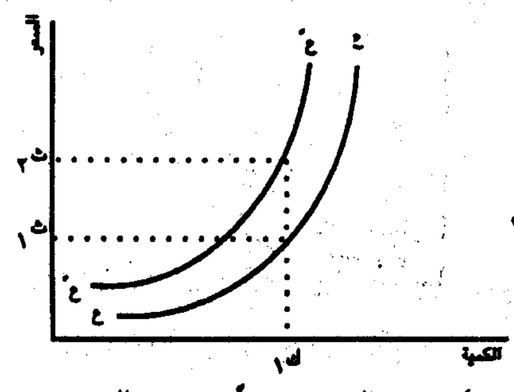
(ب) : نقص العرض معبراً عنه بتغير السعر

شكل رقم(٧-١)

نقص العرض



أ) : نقص العرض معبراً عنه بتغير الكمية



ب) : نقص العرض معبراً عنه بتغير السعر

ب - عندما ترتفع الأسعار ويظل المنتجين ينتجون نفس الكميات السابقة ، وهذا يعنى أن المنتجين يقررون إنتاج نفس الكميات برغم ارتفاع الأسعار كما يوضحه الجدول رقم (٩-١/ ب) والشكل رقم (٧-١/ ب).

٢-٣ : العرض العادى والعرض الشاذ:

يتم التمييز بين العرض العادى والعرض الشاذ من منظور علاقة الكمية المعروضة من المُنتَّج (سلعة أو خدمة) بسعره ، فيما إذا كانت تحكمها القاعدة المعتادة أم تشذ عن تلك القاعدة ، وذلك كما يتضح فيما يلى :

٢-٣-١ : العرض العادى :

يكون عرض المُنتَّج عادى، إذا كانت العلاقة المعتادة لمنحنى العرض هى العلاقة القائمة بين سعر هذا المُنتَّج والكمية المعروضة منه فى السوق، وهى العلاقة الطردية (الموجبة) بين السعر والكمية المعروضة . فكلما ارتفع سعر هذا المُنتَّج فى السوق زادت الكمية المعروضة منه . وكلما انخفض سعر هذا المُنتَّج فى السوق انخفضت الكمية المعروضة منه . وتنطبق هذه العلاقة على الغالبية العظمى من المنتجات سواء كانت سلعاً أم خدمات[1].

٢-٣-٢ : العرض الشاذ:

يكون عرض المُنتَّج شاذاً عندما تكون العلاقة بين سعر هذا المُنتَّج والكمية المعروضة منه فى السوق علاقة شاذة عن العلاقة المعتادة والمعروفة لمنحنى العرض. فيكون منحنى العرض شاذ عندما تكون العلاقة بين السعر والكمية المعروضة من المُنتَّج علاقة عكسية ، أى يترتب على ارتفاع سعر المُنتَّج فى السوق انخفاض الكمية المعروضة منه . وعندما ينخفض سعر المنتج فى السوق تزداد الكمية المعروضة منه. وذلك كما يتضح من الجدول رقم (١٠-١) والشكل رقم (٨-١).

---

(١) تم تناول العرض العادى بتحليل تفصيلي في البند ٢-١.

جدول رقم (١٠-١)

جدول عرض شاذ (غير معتاد)

السعر	ك ع
٤	٢٠
٦	١٥
١٠	٨

شكل رقم (٨-١)

منحنى عرض شاذ (غير معتاد)

ويكون منحنى العرض شاذاً[1] فى الصناعات التى تخضع ظروف الإنتاج فيها للغلة المتزايدة (التكاليف المتناقصة) مثل صناعة السيارات ....

٣ : مرونات الطلب :

المرونة هى مقياس لمدى أو درجة إستجابة متغير تابع للتغير فى متغير مستقل، وبشكل عام تعرف المرونة بأنها التغير النسبى (النسبة المئوية للتغير) فى متغير تابع مقسوماً على التغير النسبى (النسبة المئوية للتغير) فى متغير مستقل له علاقة بالمتغير التابع المشار إليه. وبالنسبة لمرونة الطلب تمثل التغير النسبى فى الكمية المطلوبة منسوباً للتغير النسبى فى أحد المتغيرات المؤثرة فى الطلب مثل السعر أو الدخل أو أسعار السلع الأخرى أو عدد السكان أو الإنفاق الإعلانى أو ميزانيات الحملات الترويجية.

فإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى سعر نفس المُنتَج نكون بصدد قياس مرونة الطلب السعرية الذاتية، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى سعر مُنتَج آخر (بديل أو مكمل) نكون بصدد قياس مرونة

(١) وفى أسواق الموارد نجد أن منحنى عرض العمل يكون شاذاً عند المستويات المرتفع من الأجور ..

الطلب السعرية التقاطعية، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى الدخل النقدى للمستهلكين نكون بصدد قياس مرونة الطلب الدخلية، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى عدد السكان نكون بصدد قياس مرونة الطلب للسكان، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى الإنفاق الإعلانى نكون بصدد قياس مرونة الطلب للإعلان، وإذا كان الغرض قياس التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من المُنتَج منسوباً للتغير النسبى فى ميزانيات الحملات الترويجية نكون بصدد قياس مرونة الطلب للحملات الترويجية.....، وهكذا يمكن حساب مرونة الطلب بالنسبة لكل متغير من المتغيرات التابعة المؤثرة فى دالة الطلب، ولعل أكثر مقاييس مرونة الطلب شيوعاً هى مرونة الطلب السعرية Price Elasticity of Demand ومرونة الطلب الدخلية Income Elasticity of Demand .

٣-١ : مرونة الطلب السعرية :

تقيس مرونة الطلب السعرية مدى أو درجة إستجابة الكمية المطلوبة من المُنتَج (سلعة أو خدمة) للتغير فى السعر، سواء كان هذا السعر هو سعر المُنتَج نفسه فيطلق على مقياس المرونة هنا "مرونة الطلب السعرية الذاتية Price "Elasticity of Demand، أو سعر مُنتَج آخر (بديل أو مكمل) فيكون مقياس المرونة هنا " مرونة الطلب السعرية التقاطعية Cross-Price Elasticity of "Demand

٣-١-١: مرونة الطلب السعرية الذاتية :

وتعد أكثر مقاييس المرونة شيوعاً، وتقيس التغير النسبى فى الكميات المطلوبة من سلعة ما مقسومة على التغير النسبى فى سعر السلعة نفسها. فهى تعد مقياس لمدى استجابة الكمية المطلوبة من المُنتَج للتغير مع تغيرات سعر نفس السلعة.

$$\text{مر}_{\text{ذ}} = \frac{\text{نسبة التغير في الكمية المطلوبة من سلعة ما (السلعة س)}}{\text{نسبة التغير فى سعر نفس السلعة (السلعة س)}}$$

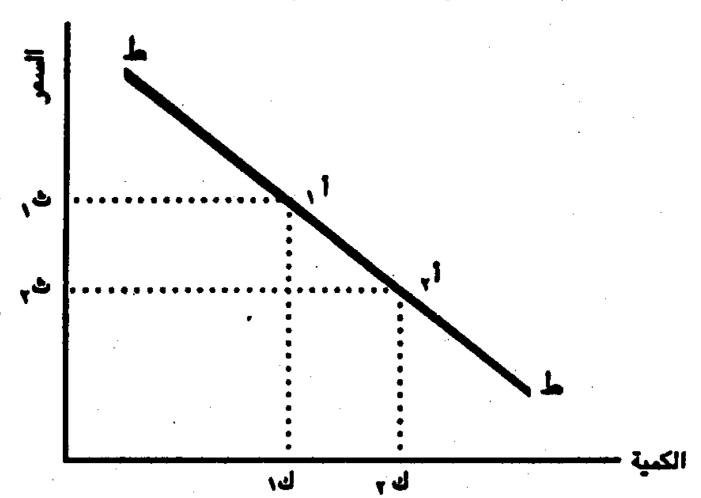
وهناك صيغتان رياضيتان لحساب مرونة الطلب هما مرونة القوس، ومرونة النقطة :

مرونة القوس :

تقيس المرونة فوق مجال معين غالباً يكون بين نقطتين على منحنى الطلب، ويطلق علي مقياس مرونة الطلب في هذه الحالة مقياس مرونة القوس، وذلك كما يتضح لمقياس المرونة بين النقطتين $أ_{١}$ ، $أ_{٢}$ علي منحني الطلب ط ط في الشكل رقم (٩-١).

شكل رقم (٩-١)

مقياس مرونة القوس بيانياً



$$مر_{ط} = \frac{ك_{٢} - ك_{١}}{ك_{١}} \div \frac{ث_{٢} - ث_{١}}{ث_{١}} \qquad (١)$$

حيث : مر = مرونة الطلب السعرية الذاتية.

ك = الكمية المطلوبة من السلعة.

ث = ثمن أو سعر نفس السلعة.

ويمكن حساب مرونة القوس عند منتصف المسافة بين النقطتين $أ_{١}$، $أ_{٢}$ على منحنى الطلب :

$$\text{مر}_{\text{ط}} = \frac{\text{ك}_{2} - \text{ك}_{1}}{\frac{\text{ك}_{1} + \text{ك}_{2}}{2}} \div \frac{\text{ث}_{2} - \text{ث}_{1}}{\frac{\text{ث}_{1} + \text{ث}_{2}}{2}} \qquad (2)$$

$$\text{مر}_{\text{ط}} = \frac{\text{ك}_{2} - \text{ك}_{1}}{\text{ك}_{1} + \text{ك}_{2}} \div \frac{\text{ث}_{2} - \text{ث}_{1}}{\text{ث}_{1} + \text{ث}_{2}} \qquad (3)$$

مرونة النقطة :

تمثل مرونة النقطة مقياس لمرونة الطلب يقيس المرونة عند نقطة معينة على منحنى الطلب وفى أغلب الأحوال يتم حساب مرونة النقطة باستخدام حساب التفاضل.

ولما كانت $\text{ك}_{2} - \text{ك}_{1} = \Delta\text{ك}$ ، $\text{ث}_{2} - \text{ث}_{1} = \Delta\text{ث}$ نقوم بصياغة المعادلة رقم (١) على النحو التالى :

$$\text{مر}_{\text{ط}} = \frac{\Delta\text{ك}}{\text{ك}} \div \frac{\Delta\text{ث}}{\text{ث}} \qquad (4)$$

$$\text{مر}_{\text{ط}} = \frac{\Delta\text{ك}}{\text{ك}} \times \frac{\text{ث}}{\Delta\text{ث}} \qquad (5)$$

$$\text{مر}_{\text{ط}} = \frac{\Delta\text{ك}}{\Delta\text{ث}} \times \frac{\text{ث}}{\text{ك}} \qquad (6)$$

وبالتالى فإن الصيغة الرياضية لمعادلة مرونة الطلب فى المعادلة رقم (٦) تمثل مرونة النقطة، حيث يمثل الجزء الأول $\frac{\Delta\text{ك}}{\Delta\text{ث}}$ تفاضل دالة الطلب بالنسبة لسعر معين، بينما يمثل الجزء الثانى $\frac{\text{ث}}{\text{ك}}$ السعر المقصود مقسوماً على الكمية المقابلة له. وحتى يمكن استخدام هذه الصيغة يجب أن تتوافر لدينا الصيغة الرياضية لدالة الطلب على السلعة أو الخدمة المراد حساب المرونة لها.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه لحساب مرونة الطلب يكون أمامنا إحدى الصيغ

الثلاث فى المعادلات (١)، (٣)، (٦) وكل منهم تلائ مرريقة للحساب تتلائم ونوعية البيانات المتاحة عن دالة الطلب، فيما إذا كانت البيانات المتاحة فى صورة سلسلة زمنية محسوبة فى جدول فتكون الصيغة الملائمة مرونة القوس [المعادلات (١) أو (٣)]، أما إذا كانت البيانات المتاحة فى صورة دالة رياضية مقدرة للطلب فتكون الصيغة الملائمة مرونة النقطة [المعادلة (٦)].

حالات مرونة الطلب السعرية الذاتية :

هناك خمس حالات لمرونة الطلب السعرية الذاتية، تتراوح ما بين الصفر (٠) ومالانهاية (∞). ويلاحظ أن القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية الذاتية دائماً تكون سالبة.. لأن علاقة السعر بالكمية المطلوبة علاقة عكسية دائماً بالنسبة للسلع العادية، أى أن ميل منحنى الطلب لتلك السلع يكون سالب الميل. ولكن عند تحديد حالات مرونة الطلب السعرية الذاتية يكون الأساس القيمة المطلقة (أى القيمة المحسوبة بعد إهمال الإشارة السالبة). وتتمثل الحالات الخمس لمرونة الطلب السعرية الذاتية فى الحالات التالية :

١) طلب عديم المرونة : عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية = صفر ، ويمثله المنحنى ط١ بالشكل رقم (١٠-١) .

٢) طلب قليل المرونة (غير مرن) : عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية أقل من الوحدة | مرر | < ١. ويوضحه المنحنى ط٢ ط٢ بالشكل رقم (١٠-١)

٣) طلب متكافئ المرونة: عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية = ١(| مرر | = ١) . ويوضحه المنحنى ط٣ ط٣ بالشكل رقم (١٠-١).

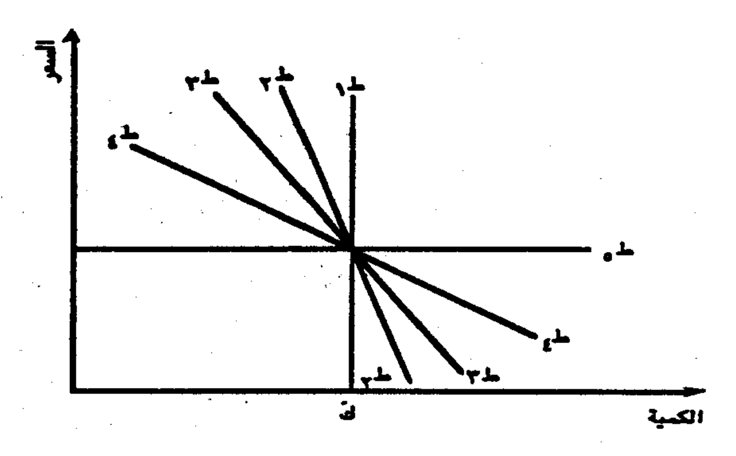
٤) طلب كبير المرونة (مرن): عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية الذاتية أكبر من الوحدة | مرر | > ١ . ويوضحه المنحنى ط٤ ط٤ بالشكل رقم (١٠-١)

٥) طلب لانهائى المرونة : عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة الطلب السعرية

الذاتيـة لتلك السلع مالانهـاية | مـر| = ∞ . ويوضحـه المنحنى ط٥ بالشكل رقم (١٠-١).

شكل رقم (١٠-١)

حالات منحنى الطلب حسب مرونة الطلب السعرية الذاتية



العوامل المؤثرة على مرونة الطلب السعرية الذاتية :

هناك مـجموعـة من العـوامل تؤثر على القيـمة المطلقـة لمعامل مـرونه الطلب، وبالتالى فإنه عند التنبؤ بالطلب يكون من الضرورى دراسة سلوك تلك العوامل فى الماضى وتوقع سلوكها فى المستقبل، وهذه العوامل هى :

١) عدد البدائل المتاحة للسلعة ودرجة كمال البدائل :

فإذا كـان هناك عدد كـبيـر من السلع البديلة لسلعـة ما، فـإن الطلب على تلك السلعة يكون كبـير المرونة (مرناً)، مثل الحليب والصابون، والتليـفزيونات... حيث توجـد أنواع عديدة من كـل منها تعـد بدائل شـبه تامـة، ولكن يجـب التنبـه إلى أن طلب السوق الكلي على سلعة.

ولكن عندما تكون السلع البـديلة غير تامـة التبادل تنخفض المرونة، مـثال ذلك الصابون والمنظفـات الصناعيـة الآخرى، أو الحليب والمرطبات الآخـرى كالبيبسى والسفن أب والكوكاكولا، والتلفزيون والفيديو وأسعار تذاكر السينما...

وعندما تنخفض عـدد البدائل للسلعة يكون الطلب على السلعة غيـر مرن مثل مادة الأنسولين لمرضى السكر، وإذا وصلت السلعـة للدرجة التى لا يكون لها بديل سيكون الطلب عليها عديم المرونة.

٢) نسبة المنفق على السلعة من دخل المستهلك :

فكلما إنخفضت نسبة المنفق على الســلعة من دخل المستهلك كلما كان الطلب قليل المرونة (غير مرن)، فالطلب على ملح الطعام أو الكبريت لغير المدخنين يكون قليل المرونة جداً لأن مـا ينفق على مثل تلك السلع يشكل جـزءاً ضئيـلاً للغاية من دخل المستهلك.

وكلما زادت نـسبة المنفق علـى السلعة من دخل المـستهلك، كلما كـان الطلب كبير المرونة (مرناً)، مثال ذلك الطلب على السيارات أو الطلب على اللحوم...

٣) تعدد إستعمالات السلعة :

فكلما تعددت استعمالات السلعة كلمـا كان الطلب عليها كبير المرونة (مرناً)، مثال ذلك الحذاء الذى يستخدم فى لعبة كرة القدم حيث يمكن استخدامه من جانب اللاعبين فى لعبات رياضية آخرى.

وكلما ضاقت اسـتعمالات السلعـة كلما كان الطلب عليها قـليل المرونة (غير مرن)، مثال ذلك الحذاء المستخدم فى لعبـة التنس حيث يقتصر استخدام هذا الحذاء على تلك اللعبة فقط

٤) الفترة الزمنية :

كلما قـصرت الفتـرة الزمنية كلما كـان الطلب قليل المرونة (غيـر مرن). إذ لا يستطيع المستهلكون تغيير أنماطهم الاستهلاكية وأذواقهم.

بينما كلمـا طالت الفترة الزمنيـة كلما كان الطلب كـبير المرونة (مـرناً). حيث يتاح للمـستهلكون تغيير أنماطهم الاستهلاكية وأذواقهم.

فعلى سبيل المثال إذا إرتفعت أسعار الغاز الطبيعى كثيراً (مع بقاء العوامل الأخرى على حالها)، ففى الأجل القصير سيستمر المستهلكون فى استعمال الغاز فى الآدوات المنزلية لأغراض الطهى والتدفئة، ولكن فى الأجل الطويل سيتحول المستهلكون الى استخدام الكهرباء وغيره من مصادر الطاقة.

٥) مستوى الأسعار :

يؤثر مستوى الأسعار فى القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية الذاتية بعلاقة طردية، فعند الأسعار العالية يكون الطلب على السلعة كبير المرونة (مرن)، بينما يكون الطلب على السلعة قليل المرونة (غير مرن) عند الأسعار المنخفضة.

ويكون هذا الأثر واضحاً عندما يكون منحنى الطلب سالب الميل (سواء فى شكل خط مستقيم أى الميل الثابت، أم فى شكل منحنى أى الميل المتغير)، حيث:

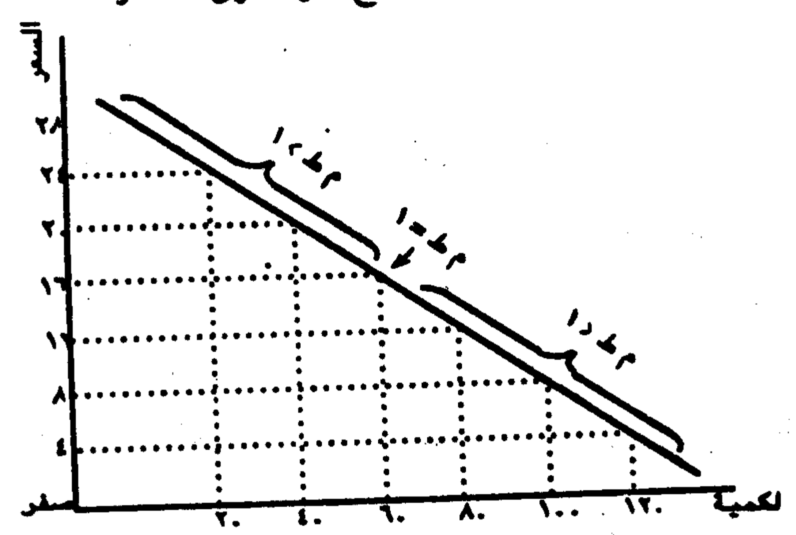
- تكون مرونة الطلب السعرية الذاتية > ١ (أى الطلب مرن) عند الأسعار المرتفعة.
- بينما تكون مرونة الطلب السعرية الذاتية < ١ (أى الطلب غير مرن) عند الأسعار المنخفضة.

وبرغم ثبات ميل منحنى الطلب، إلا أن مرونة الطلب السعرية الذاتية كانت كبيرة عند مستويات الأسعار المرتفعة، وكانت منخفضة عند مستويات الأسعار المنخفضة، كما يتضح من الشكل رقم (١١-١).

فإذا تغير مستوى السعر للسلعة نفسها يؤدى إلى تغير مرونة الطلب السعرية الذاتية للسلعة بالصورة المعروضة سابقاً، وينطبق ذلك أيضاً على السلع التى يكون مستوى أسعارها مرتفع غالباً (مثل السلع الترفيهية) إذ تكون مرونة الطلب لتلك السلع عالية غالباً. بينما السلع التى يكون مستوى أسعارها منخفض غالباً (مثل السلع الضرورية) تكون مرونة الطلب لتلك السلع منخفضة غالباً.

شكل رقم (١١- ١)

تغير قيمة مرونة الطلب مع تغير مستوى الأسعار



وعادة ما يكون صعباً أن نفصل كل من هذه العوامل أو التأثيرات طالما أن هناك أكثر من عامل قد يؤثر على مرونة الطلب السعرية فى زمن معين وعلى سلعة أو خدمة معينة. وقد تؤثر هذه العوامل أيضاً فى نفس الاتجاه، فالملح مثلاً قليل المرونة بل يكاد يكون عديم المرونة لأن له بدائل قليلة، والمنفق عليه من دخل المستهلك يشكل جزءاً صغيراً، وأخيراً فإن عدد الاستعمالات الكامنة للملح تعتبر قليلة. وقد تؤثر هذه العوامل فى الاتجاه المضاد، فالسيارة مثلاً تمثل جزءاً كبيراً من دخل المستهلك، ولكن فى الاتجاه المضاد فإن السلع البديلة للسيارة قليلة[1].

اهمية مرونة الطلب السعرية الذاتية :

تفيد دراسة مرونة الطلب السعرية الذاتية فى جوانب عديدة من التطبيقات الاقتصادية فى الحياة العملية ، ولعل أهمها الآتى :

١) أهمية مرونة الطلب بالنسبة لسياسات التسعير فى المنشآت :

تنبع أهمية مرونة الطلب السعرية من أنها تساعد المنشأة فى تحديد السياسة

---

(١) جى هولتن ولسون ، ***الاقتصاد الجزئى : المفاهيم والتطبيقات*** (الرياض : دار المريخ ، ١٩٨٧) ص ١٣٢ .

السعرية التى تعظم لهـا إيراداتها، أى متى تقرر المنشأة رفع أسعـارها، ومتى تقرر خفض أسعارها، ومتى تقرر المحافظة على ثبات مستوى أسعار منتجاتها فى السوق.

فمن تحلـيل علاقة مـرونة الطلب بالإيراد الكلى للمنشـأة أمكن حصـر البدائل المختلفة التاليـة وفقاً لتغيرات السعر فى الإتجاهين (الهـبوط والارتفاع) عند حالات مرونة الطلب المختلفة، وذلك كما يوضحها الجدول رقم (١١-١).

جدول رقم (١١-١)
علاقة مرونة الطلب بالإيراد الكلى للمنشأة
عند تغيير سعر بيع المنتج

	مرو	تأثير تغير السعر على الإيراد الكلي للمنشأة	
		أثر انخفاض السعر	أثر ارتفاع السعر
طلب عديم المرونة	صفر	↓ س ك. ينخفض الإيراد	↑ س ك. يزداد الإيراد
طلب قليل المرونة (طلب غير مرن)	١>	↓ س ك ↑ ينخفض الإيراد	↑ س ك ↓ يزداد الإيراد
طلب متكافئ المرونة	= ١	↓ س ك ↑ لايتأثر الإيراد	↑ س ك ↓ لايتأثر الإيراد
طلب كبير المرونة (طلب مرن)	١<	↓ س ك ↑ يزداد الإيراد	↑ س ك ↓ نخفض الإيراد
طلب لانهائي المرونة*		------------	------------

* لايتغير سعر المنتج، وبالتالى لاتوجد علاقة للسعر بالإيراد الكلى، حيث تتغير الكميات دون أن يكون هناك تغير فى السعر.

ومن تحليل الجدول السابق يمكن للمنشأة أن توسع الكميات المباعة فى السوق من سلعتها وبالتالى زيادة إيراداتها بإتباع السيـاسات السعرية التالية وفقاً لكل حالة من حالات مرونة الطلب السعرية :

١- إذا كان الطلب على مُنتَج المنشـأة عديم المرونة (مرو = صفر) تكون السـياسة السعـرية الملائمة رفع سعر المُنتَج، حيث أن رفع السعر لن يقابله أى تخـفيض فى الكميات المطلوبة فى السوق، وبالتالى تزداد إيرادات المنشأة.

٢- إذا كـان الطلب على مُنتَّج المنشـأة قليل المرونة (مـرر < ١) : تكون السـياسـة السعـرية الملائمة رفع سعـر المُنتَّج، حيث أن رفع السعر سـيقابله انخـفاض فى الكميـات المباعة فى السوق، ولكن (نسـبة خفض الكميـات المطلوبة ستكون < نسبة ارتفاع سعر السلعة)، وبالتالى تزداد إيرادات المنشأة.

٣- إذا كـان الـطلب على مُنتَّج المنـشـأة مـتكـافئ المرونة (مـرر = ١) : لن تكون للسياسة السعرية أى تأثيـر على الكميات المطلوبة من السلعة، حيث أن رفع أو خفض، سيـؤدى إلى خفض أو زيادة فى الكميات المطلوبة بنـفس نسبة رفع أو خفض السعر، وبالتالى لن يكون هناك أى تأثير على إيرادات المنشأة.

٤- إذا كان الـطلب على مُنتَّج المنشأة كبيـر المرونة (مـرر > ١) : تكون السـياسـة السـعرية الملائمـة خفض السـعر، حيـث أن خفض السـعر سيقـابله زيادة فى الكميـات المباعة فـى السوق، ولكن (نسبـة زيادة الكميات المطـلوبة ستكون > نسبة خفض سعر السـلعة)، وبالتالى تزداد إيرادات المنشأة. أن أن مرونة الطلب السعـرية تساعد فى تحـديد متى يكون من صالح المنشـأة أن ترفع سعر مُنتَّجـها السوق، ومتى يكون من صالح المنشأة خفض سعر مُنتَّجها فى السوق.

وكذلك تفـيد مرونة الطلب السعـرية فى تحديد سياسـات التميـز الاحتكارى بالنسبـة للمنتج المحتكر فى السوق، إذ أن نجاح هذه الـسياسةالسعـرية يتوقف على اختـلاف مرونات الطـلب بين الأسواق المختلفـة التى يخـطط المنتج لتطبيق هذه السياسـة عليها ، كذلك فإن فروق الأسـعار المخططة ستعتمـد على فروق مرونات الطلب السعرية.

٢) أهمية مرونة الطلب بالنسبة للسياسات الاقتصادية الكلية :

عندما ترغـب الحكومة فى فرض ضـرائب مبيعات على بعض الـسلع بغرض الحصـول على إيرادات للموازنـة العامة للدولـة ، تفيد مـرونة الطلب السعـرية فى تحديد أى السلع التى تفـرض عليها الضريبـة ومقدار الضريبـة ، حيث تكون السلع

ذات الطلب عديم المرونة أو قليل المرونة أكثر ملائمة لفرض مثل هذه الضرائب، بعكس السلع ذات الطلب متكافئ المرونة أو الطلب كبير المرونة ...

وتفيد مرونة الطلب السعرية أيضاً فى تحديد مقدار التغيرات المطلوب إحداثها فى السعر للقضاء على فائض الطلب أو فائض العرض من السلعة فى السوق ...

٣-١-٢ : مرونة الطلب السعرية التقاطعية[١] :

تقيس مرونة الطلب السعرية التقاطعية مدى إستجابة الطلب على سلعة ما للتغير فى سعر سلعة أخرى. وتعرف بأنها التغير النسبى فى الكميات المطلوبة من سلعة ما (لتكن س) مقسوماً على التغير النسبى فى سلعة آخرى (لتكن ص)، مع إفتراض بقاء الأشياء الأخرى ثابتة على حالها.

مــر ط ت = التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من السلعة (س) / التغير النسبى فى سعر السلعة (ص)

وتجدر الإشارة إلى أنه فى حساب مرونة الطلب السعرية التقاطعية يكون أمامنا نفس الصيغ الثلاث لمرونة الطلب السعرية الذاتية فى المعادلات (١)، (٣)، (٦) ويتم الاعتماد على أى منها بحسب نوعية البيانات المتاحة عن الطلب. مع مراعاة أن الكميات المطلوبة المستخدمة فى الحساب تخص سلعة ما (س) والأسعار المستخدمة فى الحساب تخص سلعة آخرى (ص).

حالات مرونة الطلب السعرية التقاطعية :

توفر لنا مرونة الطلب التقاطعية معلومات عن نوع ودرجة العلاقة بين السلع، فمن خلال القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية التقاطعية يمكن تحديد ما إذا كانت السلعتان بديلتان (أو متنافستان) يمكن إحلال إحداهما محل الآخرى، أو سلعتان مكملتان لبعضها البعض، أو سلعتان مستقلتان.

---

(١) أحياناً يطلق عليها بعض الاقتصاديين مرونة الطلب السعرية التبادلية.

• فإذا كانت القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية التقاطعية رقماً موجباً (+) تكون السلعتان بديلتان.

وكلما كانت مرونة الطلب السعرية التقاطعية رقم موجباً كبيراً كلما زادت درجة التبادل بين السلعتين إلى أن تصل إلى البدائل التامة، وكلما إنخفضت قيمة مرونة الطلب السعرية التقاطعية لتصبح رقماً موجباً صغيراً كلما إنخفضت درجة التبادل بين السلعتين لتصبح بدائل غير تامة

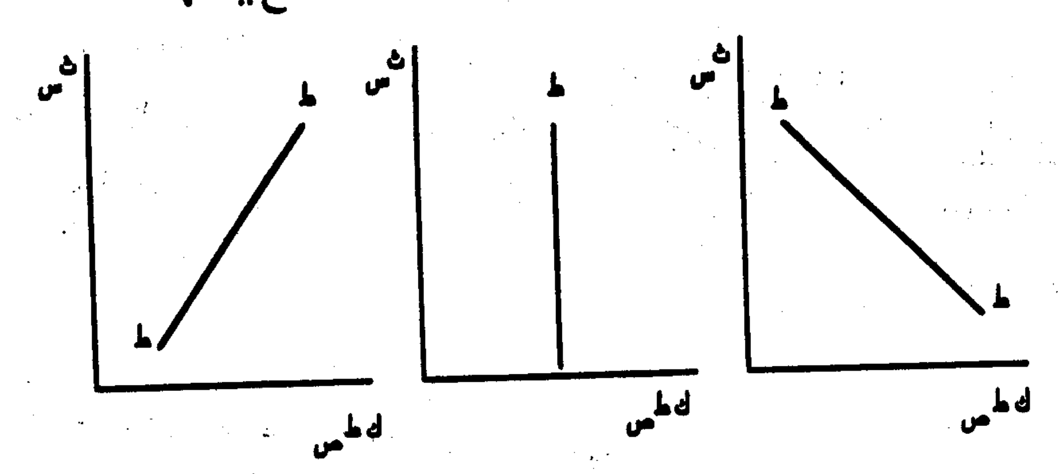
• وإذا كانت القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية التقاطعية تساوي الصفر تكون السلعتان مستقلتان، أي أن تغير سعر إحداهما لا يؤثر في الطلب على السلعة الأخرى.

• وإذا كانت القيمة المحسوبة لمرونة الطلب السعرية التقاطعية رقماً سالباً (-) تكون السلعتان مكملتان.

وكلما كانت مرونة الطلب السعرية التقاطعية رقماً سالباً كبيراً، كلما زادت درجة التكامل بين السلعتين، وكلما كانت مرونة الطلب السعرية التقاطعية رقماً سالباً صغيراً كلما إنخفضت درجة التكامل بين السلعتين.

شكل رقم (١٢-١)

مرونة الطلب السعرية التقاطعية وتحديد علاقات السلع ببعضها



اهمية مرونة الطلب السعرية التقاطعية :

ويفيد حساب مرونة الطلب السعرية التقاطعية فى تعريف أو تحديد ما تحتوية الصناعة (Industry) أو المجموعة المنتجة (Product Group) فكلما كانت قيمة (مر₁₂) عالية موجبة كان ذلك دليلاً على أن السلعتين تدخلان فى نفس الصناعة (أى أن أحداهما بديلاً للآخرى).

فمرونات التقاطع المرتفعة تدل على وجود علاقات قوية بين السلع فى الصناعة نفسها، أما مرونات التقاطع المنخفضة فتشير إلى العلاقات المحدودة (الضعيفة) بين السلع فى الصناعات المختلفة، والسلعة التى تكون مرونة تقاطع طلبها منخفضة بالنسبة للسلع الأخرى تعتبر كصناعة قائمة بذاتها.

أما مجموعة السلع ذات مرونات التقاطع المرتفعة فى داخل المجموعة، وذات مرونات التقاطع المنخفضة بالنسبة للسلع الآخرى هى مجموعة يمكن اعتبارها صناعة قائمة بذاتها فأصناف الأحذية الرجالى المتنوعة تكون لها مرونات تقاطع مرتفعة بالنسبة لبعضها، ولكن تكون لها مرونات تقاطع منخفضة بالنسبة للسلع الآخرى الخاصة بالرجال كالملابس مثلاً. وعليه تعتبر صناعة الأحذية الرجالى صناعة منفصلة وقائمة بذاتها.

غير أن استخدام مرونة تقاطع الطلب فى وضع حدود الصناعة على نحو ما تقدم يواجه كثيراً بعض الصعوبات والمشاكل، ومن هذه الصعوبات نذكر صعوبة معرفة مدى الإرتفاع فى مرونات التقاطع الذى يلزم توافره بين السلع لكى نعتبرها ضمن صناعة واحدة، فمرونات التقاطع بين بعض السلع الغذائية تكون عادة مرتفعة جداً، ومن أمثلة ذلك نذكر البازلاء المحفوظة والفاصوليا المحفوظة، ولكن إذا أخذنا فى الاعتبار مجموعة الخضروات المحفوظة ومجموعة اللحوم المحفوظة لوجدنا أن مرونة التقاطع بين المجموعتين منخفضة للغاية. ولنا أن نتساءل فى هذه الحالة عن وجود صناعة خاصة بالأغذية المحفوظة. إن الإجابة على هذا التساؤل ليس بالأمر الهين، والسبب فى ذلك يرجع إلى وجود العديد من المشاكل

والصعوبات التى تواجه الباحث عند محاولة تجميع المجموعات المختلفة من الأغذية المحفوظة ضمن صناعة واحدة قائمة بذاتها يمكن أن يطلق عليها صناعة الأغذية المحفوظة.

بالإضافة إلى ما تقدم تنشأ مشكلة أخرى عند استخدام مرونة تقاطع الطلب فى تعريف الصناعة. وتتعلق هذه المشكلة بمسألة وضع سلاسل العلاقات المشتركة بين السلع. فإذا أخذنا فى الاعتبار الأنواع المختلفة لسيارات الركوب نجد أن مرونات التقاطع فيما بينها مرتفعة للغاية. بينما نجد أن مرونات تقاطع الطلب لسيارات الركوب وسيارات النقل منخفضة جداً. ولنا أن نتساءل الآن هل تعتبر سيارات الركوب بأنواعها المختلفة صناعة منفصلة تماماً عن صناعة سيارات النقل ؟ أم أن الصناعتين تدخلان ضمن صناعة واحدة يطلق عليها صناعة السيارات ؟ وهنا تتعذر الإجابة على هذا السؤال للأسباب المذكورة آنفاً.

وعموماً يمكن القول بأن مرونات تقاطع الطلب تعتبر كأداة مساعدة فقط فى تعريف حدود الصناعة الواحدة أو فى وضع حدود بين الصناعات المختلفة فى الاقتصاد القومى، فضلاً عن أن طبيعة المشكلة التى يتناولها الباحث هى فى الواقع التى ترشده نحو وضع حدود الصناعة موضع الاعتبار[١].

ويفيد حساب مرونة الطلب السعرية التقاطعية فى حالات تطبيق قوانين "منع الاحتكار" فى بعض الدول، ففى الولايات المتحدة الأمريكية إذا إعتزمت منشآتان اتخاذ قرار الاندماج يجب أن تثبتا أن مرونة الطلب السعرية التقاطعية لمُنتَجيهما تساوى صفراً، أى أنهما سلعتان مستقلتان[٢].

---

(١) ريتشارد هـ. ليفتويتش ، ***نظام الأسعار وتخصيص الموارد*** ، ترجمة : عبدالتواب اليمانى ، عبدالحفيظ محمود الزليطنى (بنغازى : منشورات جامعة بنغازى ، بدون) ص ص ٦١ ، ٦٢ .

(٢) جى هولتن ولسون ، مرجع سابق ، ص ١٣٧ .

- ويقضى قانون كلايتون "Clayton Act Section 7" أن يتحدد خط التجارة "Line of Commerce" فى مثل هذه الحالات ، إذ يمكن تغيير حدود الصناعة ، وتفيد مرونة الطلب السعرية التقاطعية فى مثل هذا التحديد .

لأنه إذا كـانت المنشآتان اللـتان تعـتزمـان الاندماج تـنتجـان مُنتَجين بديلين أو متكاملين، فـإن ذلك يعنى ظهور منشأة جديدة قـوية فى مواجهة المنـشآت الآخرى العاملة فى نفس الصناعة، مما يقلل فرص المنافسة وزيادة فرص الاحتكار.

٣-٢ : مرونة الطلب الدخلية :

تقيس مرونة الطلب الدخليـة مدى إستجابة الكمية المطلوبة من مُنتَج مـا للتغير فى مستوى الدخل النقـدى للمستهلكين، وتعرف بأنها التغيـر النسبى فى الكميات المطلوبة من السلعـة مـقسـومـاً على التغير الـنسبى فى الدخل الـنقدى لمجـموعـة المستهلكين للسلعة، مع إفتراض بقاء الأشياء الآخرى ثابتة على حالها.

مـر د د = التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من السلعة / التغير النسبى فى الدخل النقدى

وتوفر لنا مـرونة الطلب الدخلية مـعلومات عن مدى أهمـية السلعة بالنسـبة لمستهلكيـها، فمن خلال القيـمة المحسوبة لمرونة الطلب الدخليـة يمكن تحديد ما إذا كانت السلعة ضرورية أو ترفيهية (كمالية) أو سلعة دنيا (رديئة) لمستهلكيها.

فإذا كانت القـيمة المحسـوبة لمرونة الطلب الدخلية موجبـة (+) تكون السلعة عادية، حيث توجـد علاقة طردية بين الطلب على تلك السلع ودخول مسـتهلكيها، ويمكن التمييز بين ثلاث أنواع من السلع.

فعندمـا تكون مرونة الطلب الدخلية لتلك السـلع مـوجبة < ١، تكون السـلعة ضرورية . وعندمـا تكون مرونة الطلب الدخلية لتلك السلع مـوجبة = ١ ، تكون السلعة متـوسطة . وعندما تكون مرونة الطلب الدخلية لتلك السـلع مـوجبة > ١، تكون السلعة ترفيهية (كمالية) .

أما إذا كانت القـيمة المحسوبة لمرونة الطـلب الدخلية سالبة (-) مهـما كانت

هذه القيمة السالبة تكون السلعة دنيا (رديئة)، حيث توجد علاقة عكسية بين الطلب على تلك السلع ودخول مستهلكيها.

وتجدر الإشارة إلى أن نمو الدخل الفردى يؤثر على قيمة مرونة الطلب الدخلية، فبالرغم من أن هناك سلع بطبيعتها ضرورية لمستهلكيها مثل الأدوية وسلع بطبيعتها ترفيهية لمستهلكيها مثل المجوهرات والفراء الطبيعى....، فإن هناك سلع تتطور بحسب مستوى دخل المستهلك من سلع كمالية عند مستويات الدخل الدنيا، إلى سلع متوسطة عند مستويات الدخل المتوسطة، إلى سلع ضرورية عند مستويات الدخل المرتفعة ثم تتحول إلى سلع دنيا عند مستويات الدخل الأكثر إرتفاعاً. ومن الأمثلة البارزة لهذا النوع من السلع السيارات.

اهمية مرونة الطلب الدخلية :

تعد مرونة الطلب الدخلية من الأدوات المساعدة فى التخطيط، سواء على المستوى القومى أو على مستوى المشروع، حيث تساعد مرونة الطلب الدخلية فى التنبؤ بالطلب على المُنتَّج فى المستقبل، ففى فترات النمو الإقتصادى والتوسع فإن النمو فى الطلب على السلع المرنة دخلياً (الكمالية) سيفوق معدل النمو فى دخول المستهلكين، بينما سيكون النمو فى الطلب على السلع غير المرنة دخلياً (الضرورية) أقل من معدل النمو فى دخول المستهلكين، ويكون معدل النمو فى الطلب على السلع متكافئة المرونة دخلياً (المتوسطة) مساوياً لمعدل النمو فى دخول المستهلكين.

فى حين يتراجع الطلب على السلع الدنيا فى فترات النمو الاقتصادى والتوسع، بينما يتزايد الطلب على تلك السلع فى فترات الكساد والانكماش الاقتصادى. وبالتالى فإن دراسة مرونة الطلب الدخلية يفيد فى تجنب إنشاء طاقات إنتاجية فائضة عن حاجة الاقتصاد القومى، وتجنب وجود عجز فى إنتاج بعض السلع الاستراتيجية.

٤ : مرونة العرض :

تمثل الكمية المعروضة فى دالة العرض المتغير التابع، بينما توجد عدة متغيرات مستقلة (مفسرة) فى دالة العرض تفسر التغيرات فى الكمية المعروضة . ومن ثم فإن مرونة العرض السعرية تقيس مدى استجابة الكمية المعروضة لتغيرات أى متغير من المتغيرات المستقلة في دالة العرض. ولعل أكثر مقاييس مرونة العرض شيوعاً هو مرونة العرض السعرية الذاتية .

تقيس مرونة العرض السعرية الذاتية مدى استجابة الكمية المعروضة لتغيرات سعر نفس المُنتَج[1] ، وتحسب من خلال المعادلة التالية :

$$\text{مرع} = \frac{\text{نسبة التغير فى الكمية المعروضة}}{\text{نسبة التغير فى السعر}}$$

وتجدر الإشارة إلى أنه لحساب مرونة العرض يكون أمامنا أحدى الصيغ الثلاث فى المعادلات (١) ، (٣) ، (٦) المستخدمة فى قياس مرونة الطلب مع استخدام الكمية المعروضة فى الحساب بدلاً من الكمية المطلوبة ، وكل منهم تلائم طريقة للحساب تتلائم ونوعية البيانات المتاحة عن دالة العرض، فيما إذا كانت البيانات فى صورة سلسلة زمنية محسوبة فى جدول فتكون الصيغة الملائمة مرونة القوس فى المعادلات [(١) أو (٣)] ، أما إذا كانت البيانات المتاحة عن دالة العرض فى صورة دالة رياضية فتكون الصيغة الملائمة مرونة النقطة [المعادلة (٦)].

وعادة تكون مرونة العرض السعرية الذاتية موجبة ، لأن منحنى العرض المعتاد موجب الميل حيث توجد علاقة طردية بين السعر والكمية المعروضة . وهناك خمس حالات لمرونة العرض تتراوح ما بين الصفر (٠) ومالانهاية (∞) ، هى :

---

(١) لأنه من الممكن أن تعتمد الكمية المعروضة من المُنتَج على سعره ، أو سعر المنتجات الوسيطة ، أو أسعار الموارد الداخلة فى إنتاج المُنتَج . وكذلك على سعر المنتجات البديلة المتنافسة معه على نفس الموارد.، ومن ثم يمكن أن تكون هناك مقاييس أخري لمرونة العرض السعرية.

١) عرض عديم المرونة عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية = صفر ، ويمثله المنحنى $ع_١$ بالشكل رقم (١٣-١) .

٢) عرض قليل المرونة (غير مرن) : عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية أقل من الوحدة (مرع < ١). ويوضحه المنحنى $ع_٢ع_٢$ بالشكل رقم (١٣-١)

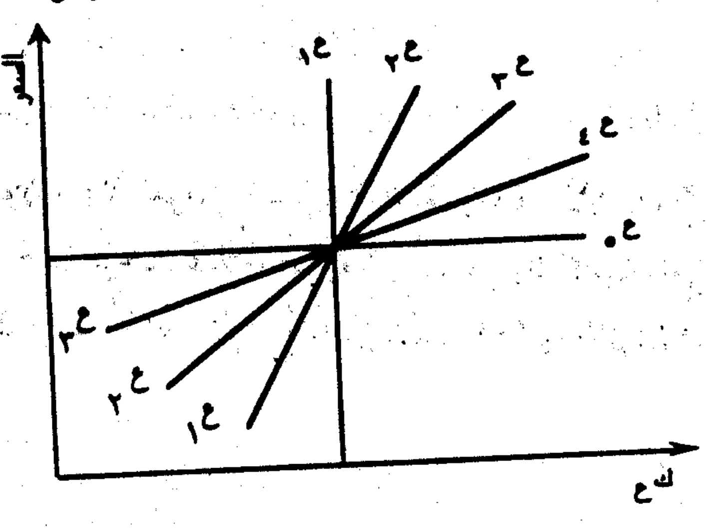
٣) عرض متكافئ المرونة: عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية = ١(مرع = ١) . ويوضحه المنحنى $ع_٣ع_٣$ بالشكل رقم (١٣-١).

٤) عرض كبير المرونة (مرن): عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية أكبر من الوحدة (مرع > ١) . ويوضحه المنحنى $ع_٤ع_٤$ بالشكل رقم (١٣-١)

٥) عرض لانهائى المرونة: عندما تكون القيمة المطلقة لمرونة العرض السعرية الذاتية لتلك السلع مالانهاية (مرع = ∞) . ويوضحه المنحنى $ع_٥$ بالشكل رقم (١٣-١).

شكل رقم (١٣-١)

حالات منحنى العرض بحسب قيمة مرونة العرض



العوامل المؤثرة على قيمة مرونة العرض السعرية :

١- الفترة الزمنية .

تعتبر الفترة الزمنية المتضمنة هامة جداً[1] فى تحديد مرونة العرض السعرية . وطالما أن العرض عبارة عن تدفق عبر الزمن فإن زيادة معدل الإنتاج يتطلب زيادة حجم المشروع وكمية المعدات المستخدمة وقوة العمل. وكل هذه الأشياء تتطلب فترة زمنية ممتدة وهكذا نجد أن عرض العديد من المنتجات غير مرن فى الآجل القصير.

ولذلك فإن العرض سيكون عديم المرونة فى الأجل القصير جداً (فترة السوق)، وسيكون العرض قليل المرونة فى الأجل القصير، بينما سيكون العرض كبير المرونة فى الأجل الطويل.

٢- مدى سهولة تحويل عوامل الإنتاج بين الاستخدامات الحالية .

حيث تعتمد درجة استجابة الكمية المعروضة من السلعة لتغير السعر على قدرة المنتج على تحويل الموارد من إنتاج سلعة إلى إنتاج سلعة أخرى، وتحتاج عملية نقل الموارد بعض الوقت، إذ يصعب إتمام هذه العملية بين يوم وليلة .

٣- تكلفة ومدى توافر عوامل الإنتاج الإضافية .

٤- قابلة السلعة للتخزين :

فكلما كانت السلعة قابلة للتخزين وكلما كانت تكاليف التخزين قليلة كان العرض كبير المرونة أى كلما كانت الكمية المعروضة أكثر استجابة للتغير فى الأسعار. وكلما كانت السلعة غير قابلة للتخزين أو كانت تكاليف التخزين مرتفعة كلما كان العرض قليل المرونة .

٥- درجة حساسية التكاليف للتوسع فى الإنتاج :

فعندما يكون ارتفاع تكاليف الإنتاج أسرع من توسع الإنتاج[2] يكون العرض

---

(١) يعتبر البعض أن الفترة الزمنية هى المتغير الوحيد المحدد لقيمة مرونة العرض.

(٢) يتحقق ذلك إذا كانت الصناعة تخضع لمرحلة تزايد التكاليف بالنسبة للحجم (تناقص الغلة بالنسبة للحجم).

قليل المرونة ، وعندما يكون ارتفاع التكاليف أبطئ من ارتفاع الإنتاج [1] يكون العرض كبير المرونة . ويرجع السبب فى ذلك إلى أن ارتفاع سعر السلعة يرفع إيرادات المنشأة المنتجة فإذا ارتفعت تكلفة الإنتاج بسرعة مع زيادة الإنتاج فلن تكون الزيادة فى الأرباح مشجعة للمنشأة أن تتوسع وإنتاجها ، وبالتالى يكون العرض أقل مرونة أى أقل استجابة لارتفاع السعر.

(١) يتحقق ذلك إذا كانت الصناعة تخضع لمرحلة تناقص التكاليف بالنسبة للحجم (تزايد الغلة بالنسبة للحجم).

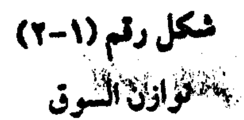
الفصل الثانى
توازن السوق واستقراره

يتحقق التوازن فى السوق الحر من خلال نـوع من المساومة غير المرئية بين جانب الطلب وجـانب العـرض، فبينمـا ينزل جانب الـطلب (المشتـرون) السـوق واضعـاً افتـراضاً من جـانبه لسـعر متـدنى للغاية للمُنتَّج ، وعلى الجانب الآخر يـنزل جانب العرض (البـائعون) السوق واضعـاً افتراضاً من جـانبه لسعر مـرتفع للغاية للمُنتَّج ، ولكن عند هذا الوضع لن يكون هناك إتفاق بين رغبـات جانبى الطلب والعرض فى السوق، فـللمشتـرى سيـجد من يبيع له بالسعـر المتدنى الذى يرغب الشراء عنده ، وللبائع سيـجد من يشترى منه عند السعر المرتـفع الذى يرغب فى البيع به . وسيكون من نتيجة ذلك أن يقـوم جانب العرض بخفض مبدئى للسـعر الذى يرغب البيع به ، وكذلك سيـقوم جانب الطلب برفع مـبدئى للسعر الذى يرغب الشـراء به ، وهنا قد يحـدث نوع من التـوافق فى الرغبـات بصورة جزئيـة بين بعض المشـترين وبعض البائعين. ولكن ستظل السـوق بحاجة إلى إجراء تخفيض آخر فـى السعر من جانب البائعين مع ضرورة قيام المشترين برفع آخـر للسعر الذى يرغبون فى الشراء عنده ... وهكذا ستـستمر هذه العـملية من المساومة غير المرئية إلى أن تصل السوق إلـى سعر وحيد يرتضيـه البائعون وكذلك يرتضيه المشترون، وعند هذا السـعر تكون السوق قد وصلت إلى وضع التوازن.

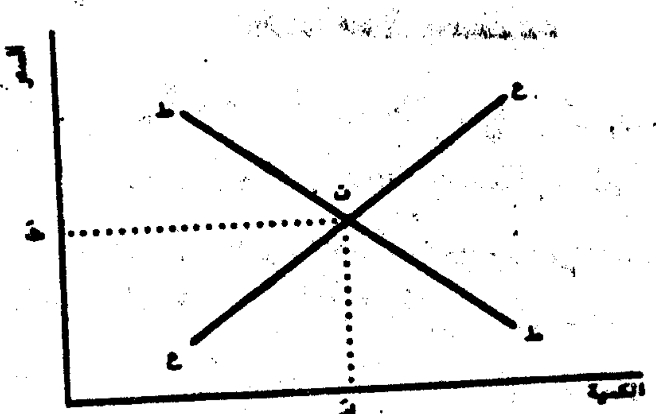
١ : توازن السوق :

يتـحدد الوضع الـتوازنى فى السـوق عندمـا يتـقاطع منحنى الـطلب مع منحنى العرض، ويمثل السعر المقابل لنقطة التقاطع سعر التوازن ، وتمثل الكمية المقابلة لنقطة التقاطع كـمية التوازن. وعند السعـر التوازنى تتساوى الكميـة التى يكون المستهلكين راغبين وقـادرين على شـرائها مع الكميـة التى يكون المنتـجين مستـعـدين لإنتاجـها وعـرضهـا فى السـوق. وعند وضع التـوازن يقال أن قـوى (أو مـحددات) العـرض متعادلة مع قوى (أو محددات) الطلب. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١-٢).

شكل رقم (١-٢)



توازن السوق



ومن الشكل رقم (١-٢) نجد أن توازن السوق يتحقق عند النقطة (ن) حيث يتقاطع منحنى الطلب (ط ط) مع منحنى العرض (ع ع)، ويكون السعر (ثَ) هو سعر التوازن، والكمية (كَ) هى كمية التوازن حيث تكون (ك ط = ك ع = كَ).

وإذا لم تتغير العوامل المحددة للعرض والطلب وظلت ثابتة على وضعها، يظل هذا الوضع التوازنى ثابتاً حيث لايكون هناك دافع لدى أى من المتعاملين فى السوق من مشترين أو بائعين لتعديل هذا الوضع.

٢ : اثر تغيرات محددات العرض والطلب على توازن السوق[١] :

كما درسنا فى الفصل الأول يترتب على تغيرات محددات العرض أو الطلب انتقال منحنى العرض أو الطلب جهة اليمين (زيادة) أو إلى جهة اليسار (نقص)، ومن ثم سيؤثر ذلك على وضع توازن السوق، مما سيؤدى إلى تغير سعر وكمية التوازن. ويمكن تتبع الاحتمالات المختلفة لتغير وضع توازن السوق تبعاً لتغيرات الطلب والعرض على النحو التالى :

---

(١) سنتناول هنا تغيرات محددات الطلب والعرض على وضع التوازن فى السوق فى الوضع المعتاد لكل من العرض والطلب، ولكن هذا لايمنع من تحليل آثار انتقالات منحنى الطلب أو منحنى العرض على وضع التوازن فى السوق فى الحالات غير المعتادة لأى منهما، ويمكن للطالب محاولة إجراء ذلك استناداً لنفس أسلوب التحليل فى هذا البند.

٢-١ : تغير الطلب أو العرض :

سنبدأ تحليل آثار تغيرات الطلب أو العرض على وضع توازن السوق، بافتراض ثبات أحد الجانبين عندما يتغير الجانب الآخر ، وذلك لتبسيط التحليل.

٢-١-١ : تغير الطلب مع ثبات العرض :

يترتب على زيادة الطلب مع ثبات العرض إنتقال نقطة التوازن من (ن) **إلى** (ن$_{1}$)، حيث يتقاطع منحنى الطلب الجديد (ط$_{1}$ ط$_{1}$) مع منحنى العرض (ع ع) .
ويترتب على ذلك ارتفاع السعر التوازنى (السائد) فى السوق من (ثَ) إلى (ث$_{1}$) ، وكذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من (كَ) إلى (ك$_{1}$) .

ويترتب على انخفاض الطلب مع ثبات العرض انتقال نقطة التوازن من (ن) إلى (ن$_{2}$) ، حيث يتقاطع منحنى الطلب الجديد (ط$_{2}$ ط$_{2}$) مع منحنى العرض (ع ع) .
ويترتب على ذلك انخفاض السعر التوازنى (السائد) فى السوق من (ثَ) إلى ث$_{2}$) ، وانخفاض الكمية التوازنية فى السوق من (كَ) إلى (ك$_{2}$) . وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٢-٢/أ).

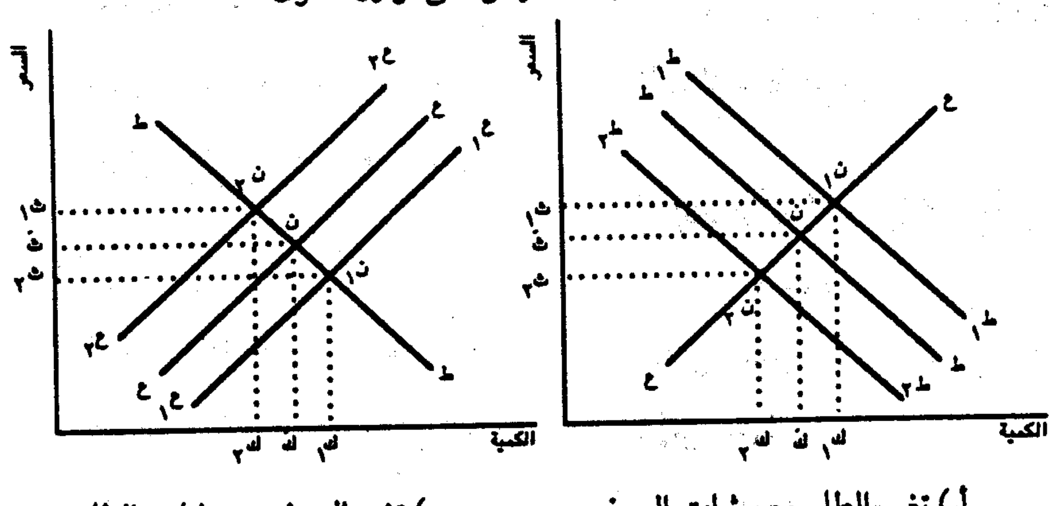
٢-١-٢ : تغير العرض مع ثبات الطلب :

يترتب على زيادة العرض مع ثبات الطلب إنتقال نقطة التوازن من (ن) **إلى** (ن$_{1}$)، حيث يتقاطع منحنى العرض الجديد (ع$_{1}$ع$_{1}$) مع منحنى الطلب (ط ط) .
ويترتب على ذلك انخفاض السعر التوازنى (السائد) فى السوق من (ثَ) **إلى** (ث$_{1}$)، وكذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من (كَ) إلى (ك$_{1}$) .

ويترتب على انخفاض العرض مع ثبات الطلب انتقال نقطة التوازن من (ن) إلى (ن$_{2}$) ، حيث يتقاطع منحنى العرض الجديد (ع$_{2}$ع$_{2}$) مع منحنى الطلب (ط ط) .
ويترتب على ذلك ارتفاع السعر التوازنى (السائد) فى السوق من (ثَ) إلى ث$_{2}$) ، وانخفاض الكمية التوازنية فى السوق من (كَ) إلى (ك$_{2}$) . وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٢-٢/ ب).

شكل رقم (٢-٢)

أثر تغير الطلب أو العرض على توازن السوق



أ) تغير الطلب مع ثبات العرض **ب) تغير العرض مع ثبات الطلب**

ويلخص الجدول رقم (١-٢) جميع النتائج المستخلصة من التحليل السابق للشكل رقم (٢-٢).

جدول رقم (١-٢)

ملخص نتائج تغيرات العرض أو الطلب على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) زيادة الطلب مع ثبات العرض	أ) نقص الطلب مع ثبات العرض	ب) زيادة العرض مع ثبات الطلب	ب) نقص العرض مع ثبات الطلب
السعر التوازني	زيادة	نقص	نقص	زيادة
الكمية التوازنية	زيادة	نقص	زيادة	نقص

٢-٢: أثر تغير العرض والطلب معاً:

عندما يتغير كل من الطلب والعرض فى نفس الوقت فى السوق، يمكن أن نتوقع أربع احتمالات يمكن أن تتحقق فى السوق، وتنحصر فى الآتى:

- زيادة الطلب مع زيادة العرض.

• نقص الطلب مع نقص العرض.

• زيادة الطلب مع نقص العرض.

• زيادة العرض مع نقص الطلب.

ويمكن تحليل آثار تلك التغيرات على السعر والكمية التوازنية في سوق المُنتَج على النحو التالي :

٢-٢-١ : زيادة الطلب مع زيادة العرض :

عندما يزداد الطلب والعرض في نفس الوقت على المُنتَج ، يمكن أن نتوقع ثلاث احتمالات في هذه الحالة ، وهي :

١) نسبة زيادة الطلب مساوية لنسبة زيادة العرض :

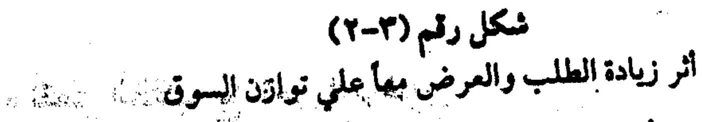
يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية في السوق من كَ إلى ك١ ، بينما يظل السعر ثابتاً في السوق عند السعر (ثَ) ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٣-٢/ أ) .

٢) نسبة زيادة الطلب أكبر من نسبة زيادة العرض :

يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية في السوق من كَ إلى ك١ ، وكذلك زيادة السعر في السوق من (ثَ) إلى (ث١) . وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٣-٢/ ب) .

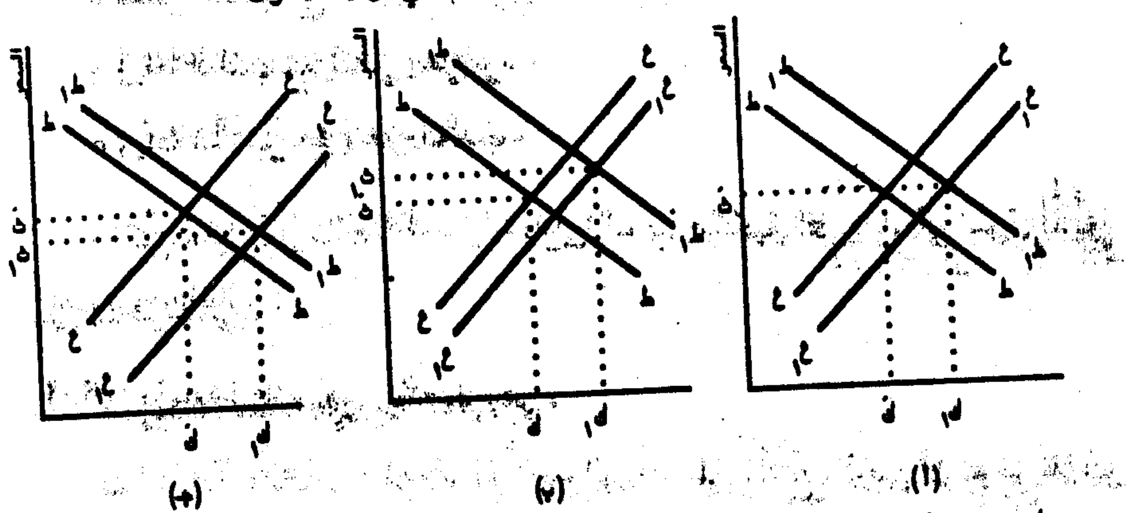
٣) نسبة زيادة الطلب أقل من نسبة زيادة العرض :

يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية في السوق من كَ إلى ك١ ، ولكن ينخفض السعر في السوق من (ثَ) إلى (ث١) . وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٣-٢/ جـ).



شكل رقم (٣-٢)

أثر زيادة الطلب والعرض معاً على توازن السوق



ويلخص الجدول رقم (٢-٢) جميع النتائج المستخلصة من الأشكال الثلاث السابقة.

جدول رقم (٢-٢)

ملخص نتائج زيادة الطلب والعرض معاً على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) نسبة زيادة الطلب = نسبة زيادة العرض	ب) نسبة زيادة الطلب > نسبة زيادة العرض	جـ) نسبة زيادة الطلب < نسبة زيادة العرض
السعر التوازنى	ثبات	زيادة	نقص
الكمية التوازنية	زيادة	زيادة	زيادة

٢-٢-٢ : نقص الطلب مع نقص العرض :

عندما ينخفض الطلب والعرض فى نفس الوقت على المُنتَج ، يمكن أن نتوقع ثلاث احتمالات فى هذه الحالة ، وهى :

١) نسبة انخفاض الطلب مساوية لنسبة انخفاض العرض :

يترتب على ذلك ثبات السعر التوازنى فى السوق عند ثَ ، بينما تنخفض الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك٢. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٤-٢/أ) .

٢) نسبة انخفاض الطلب أكبر من نسبة انخفاض العرض :

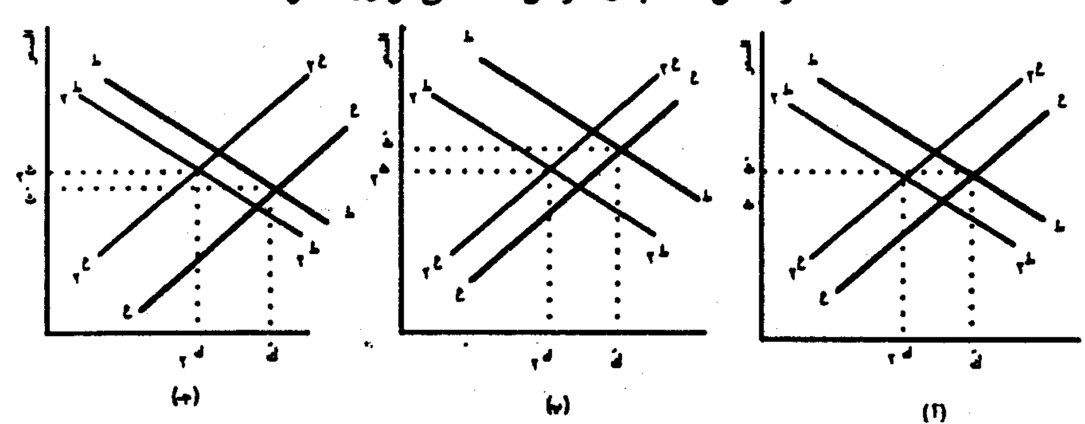
يترتب على ذلك انخفاض الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك٢ ، وكذلك انخفاض السعر فى السوق من ثَ إلى ث٢. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٤-٢/ ب) .

٣) نسبة انخفاض الطلب أقل من نسبة انخفاض العرض :

يترتب على ذلك انخفاض الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك٢ ، ولكن يرتفع السعر فى السوق من ثَ إلى ث٢. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٤-٢/ جـ).

شكل رقم (٤-٢)

أثر نقص الطلب والعرض معاً على توازن السوق



ويلخص الجدول رقم (٣-٢) جميع النتائج المستخلصة من الأشكال الثلاث السابقة.

جدول رقم (٣-٢)

ملخص نتائج نقص الطلب ونقص العرض معاً على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) نسبة انخفاض الطلب = نسبة انخفاض العرض	ب) نسبة انخفاض الطلب > نسبة انخفاض العرض	جـ) نسبة انخفاض الطلب < نسبة انخفاض العرض
السعر التوازنى	ثبات	نقص	زيادة
الكمية التوازنية	نقص	نقص	نقص

٢-٢-٣ : زيادة الطلب مع نقص العرض :

عندما يزداد الطلب وينخفض العرض فى نفس الوقت على المُنتَّج ، يمكن أن نتوقع ثلاث احتمالات فى هذه الحالة ، وهى :

١) نسبة زيادة الطلب مساوية لنسبة نقص العرض :

يترتب على ذلك ثبات الكمية التوازنية فى السوق عند كَ ، بينما يرتفع السعر فى السوق من ثَ إلى ث١ ، كما يتضح من الشكل رقم (٥-٢/أ) .

٢) نسبة زيادة الطلب أكبر من نسبة نقص العرض :

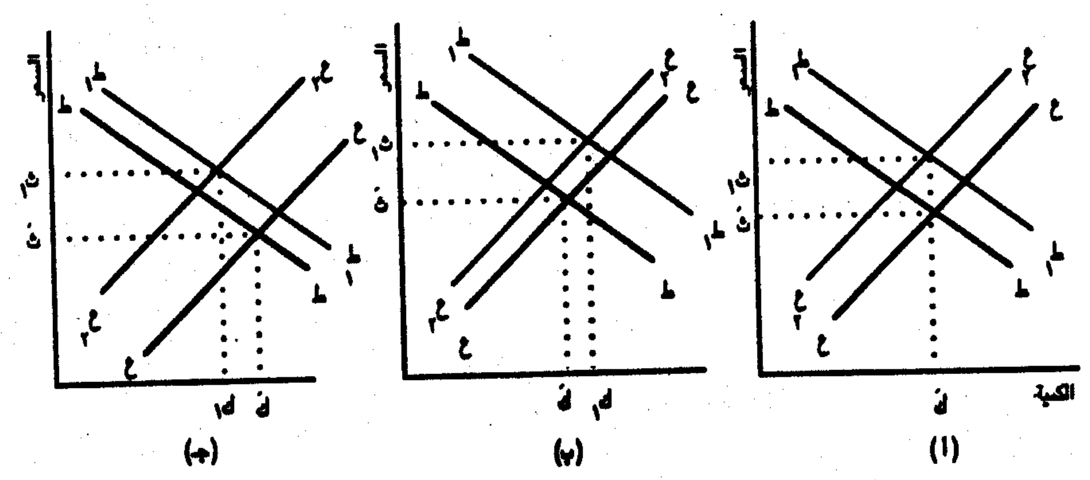
يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك١ ، وكذلك زيادة السعر فى السوق من ثَ إلى ث١. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٥-٢/ب) .

٣) نسبة زيادة الطلب أقل من نسبة نقص العرض :

يترتب على ذلك نقص الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك١ ، ولكن يرتفع السعر فى السوق من ثَ إلى ث١. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٥-٢/جـ).

شكل رقم (٥-٢)

أثر زيادة الطلب ونقص العرض معاً على توازن السوق



ويلخص الجدول رقم (٤-٢) جميع النتائج المستخلصة من الأشكال الثلاث السابقة.

جدول رقم (٢-٤)

ملخص نتائج زيادة الطلب مع نقص العرض على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) نسبة زيادة الطلب = نسبة انخفاض العرض	ب) نسبة زيادة الطلب > نسبة انخفاض العرض	جـ) نسبة زيادة الطلب < نسبة انخفاض العرض
السعر التوازنى	زيادة	زيادة	زيادة
الكمية التوازنية	ثبات	زيادة	نقص

٢-٢-٤ : زيادة العرض مع نقص الطلب :

عندما يزداد العرض وينخفض الطلب فى نفس الوقت على المُنتَج ، يمكن أن نتوقع ثلاث احتمالات فى هذه الحالة ، وهى :

١) نسبة زيادة العرض مساوية لنسبة نقص الطلب :

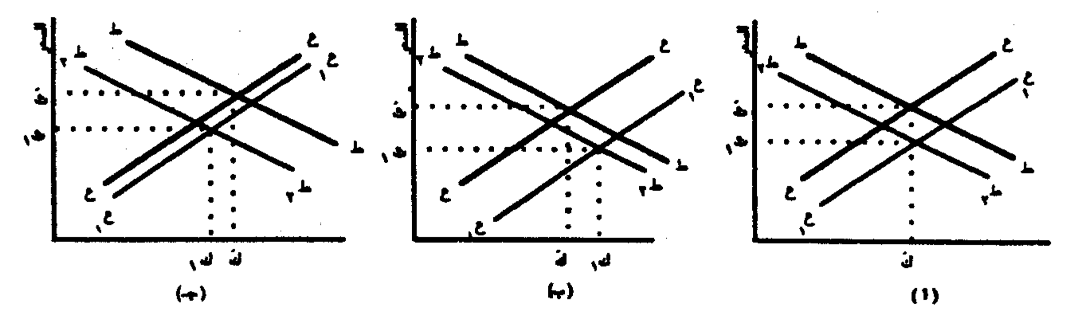
يترتب على ذلك ثبات الكمية التوازنية فى السوق عند كَ ، بينما ينخفض السعر التوازنى فى السوق من ثَ إلى ث١ كما يتضح من الشكل رقم (٦-٢/ أ) .

٢) نسبة زيادة العرض أكبر من نسبة نقص الطلب :

يترتب على ذلك زيادة الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى ك١ ، وكذلك انخفاض السعر فى السوق من ثَ إلى ث١. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٦-٢/ ب) .

شكل رقم (٦-٢)

أثر زيادة العرض ونقص الطلب معاً على توازن السوق



ويلخص الجدول رقم (٦-٢) النتائج المستخصلة من الأشكال الثلاث السابقة.

جدول رقم (٥-٢)

ملخص نتائج زيادة العرض مع نقص الطلب على توازن السوق

التغير / الأثر على	أ) نسبة زيادة العرض = نسبة انخفاض الطلب	ب) نسبة زيادة العرض > نسبة انخفاض الطلب	جـ) نسبة زيادة العرض < نسبة انخفاض الطلب
السعر التوازنى	نقص	نقص	نقص
الكمية التوازنية	ثبات	زيادة	نقص

٣) نسبة زيادة العرض أقل من نسبة نقص الطلب :

يترتب على ذلك نقص الكمية التوازنية فى السوق من كَ إلى $ك_١$ ، ولكن ينخفض السعر فى السوق من ثَ إلى $ث_١$ وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٦-٢/ جـ).

٣ : استقرار التوازن فى السوق :

بصفة عامة يمكن التمييز بين حالتين لتوازن السوق فى نموذج المنافسة الكاملة ، وهما :

التوازن المستقر :

يكون التوازن مستقراً فى السوق إذا ما حدث اختلال ما فى السوق يبعد هذه السوق عن وضع التوازن ، فسرعان ما يعود السوق إلى وضع التوازن السابق بصورة تلقائية لتفاعل الكميات المعروضة والكميات المطلوبة والسعر فى السوق. أى أنه إذا ما حدث ما يبعد هذا السوق عن وضع التوازن فسرعان ما تعود هذه السوق مرة ثانية إلى التوازن السابق.

التوازن غير المستقر :

يكون التوازن غير مستقر فى السوق إذا ما حدث اختلال ما فى السوق يبعد هذه السوق عن وضع التوازن ، فيكون هذا الاختلال بداية لمزيد من الابتعاد عن وضع

التوازن السابق ولن تعود السوق مرة ثانية إلى وضع توازنى بل إلى مزيد من الاختلال. أى أنه إذا ما حدث ما يبعد هذه السوق عن وضع التوازن ، فلن تعود هذه السوق مرة أخرى إلى التوازن.

٣-١ : منهج 'فالراس' لتحليل استقرار توازن السوق :

يرى 'فالراس' أن استقرار التوازن فى السوق من عدمه يتم فى ضوء آلية تغير السعر، وأن تغير السعر يتوقف على الكمية المعروضة والكمية المطلوبة من المُنتَّج فى السوق، فإذا كانت الكمية المطلوبة أكبر من الكمية المعروضة يتجه السعر إلى الارتفاع ، وإذا تساوت الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة يظل السعر ثابتاً، وإذا كانت الكمية المطلوبة أقل من الكمية المعروضة يتجه السعر نحو الانخفاض. ووفقاً لتحليل 'فالراس' يمكن القول بأن السعر يستجيب إلى فائض الطلب[1] (الكمية المطلوبة - الكمية المعروضة) ، فإذا كان فائض الطلب موجب ارتفع السعر، وإذا كان فائض الطلب سالب انخفض السعر، وإذا كان فائض الطلب مساوياً للصفر ظل السعر ثابتاً.

ووفقاً لتحليل 'فالراس' يمكن التميز بين حالتين لتوازن السوق، وهما :

- التوازن المستقر.
- التوازن غير المستقر.

٣-١-١ : التوازن المستقر :

يكون التوازن مستقر عندما يكون فائض الطلب موجب عند الأسعار التى تقل عن سعر التوازن ويكون فائض الطلب سالب عند الأسعار التى تزيد عن سعر

---

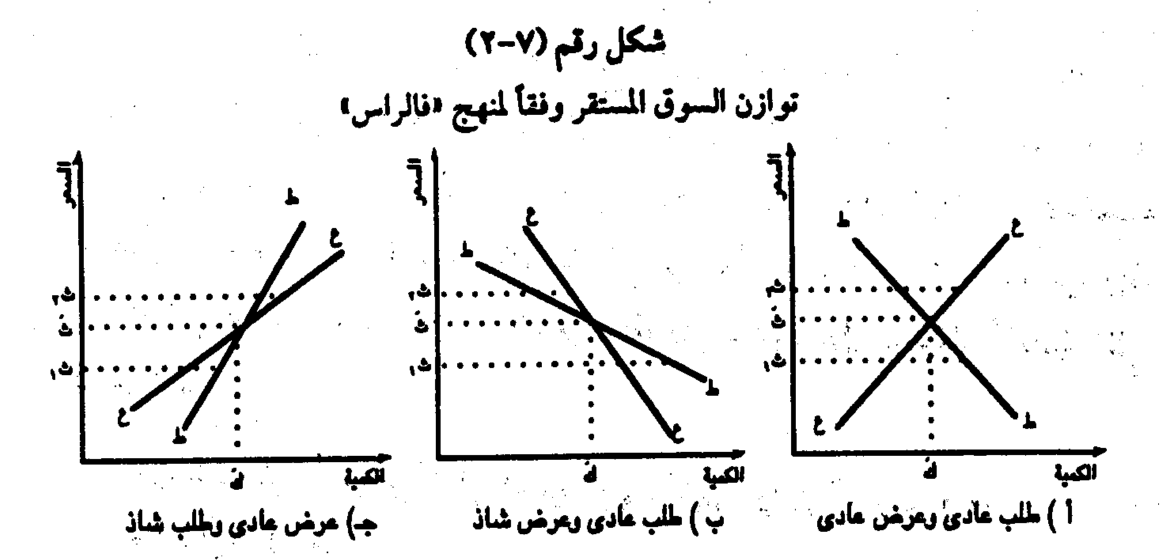
(١) فائض الطلب = الكمية المطلوبة - الكمية المعروضة .
فائض العرض = الكمية المعروضة - الكمية المطلوبة .
وهنا يجب التنبه إلى أن فائض الطلب وفائض العرض هما تعبير عن نفس الشيء.
فعندما يكون هناك فائض طلب موجب يطلق عليه فائض طلب، يقابله فائض عرض سالب بنفس القيمة يطلق عليه عجز عرض . وعندما يكون هناك فائض طلب سالب يطلق عليه عجز طلب، يقابله فائض عرض موجب بنفس القيمة ، ويطلق عليه فائض عرض.

التوازن. أى أن العلاقة بين فائض الطلب والسعر تكون علاقة عكسية ، ومن ثم يكون ميل منحنى فائض الطلب سالباً بالنسبة لمحور الأسعار.

وبصفة عامة يكون التوازن مستقر وفقاً لتحليل 'فالراس' عندما تكون القيمة الجبرية لميل منحنى الطلب بالنسبة لمحور السعر أقل من القيمة الجبرية لميل منحنى العرض بالنسبة لمحور السعر. وينطبق هذا الشرط سواء كان منحنى الطلب أو منحنى العرض معتاد أو شاذاً . وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٧-٢).

شكل رقم (٧-٢)

توازن السوق المستقر وفقاً لمنهج «فالراس»



أ) طلب عادى وعرض عادى — ب) طلب عادى وعرض شاذ — جـ) عرض عادى وطلب شاذ

يمثل الجزء (أ) من الشكل (٧-٢) سوق ذات طلب عادى (سالب الميل) وعرض عادى (موجب الميل) ويمثل الجزء (ب) من الشكل سوق ذات طلب عادى (سالب الميل) وعرض شاذ (سالب الميل) ، ويمثل الجزء (جـ) من الشكل سوق ذات عرض عادى (موجب الميل) وطلب شاذ (موجب الميل) .

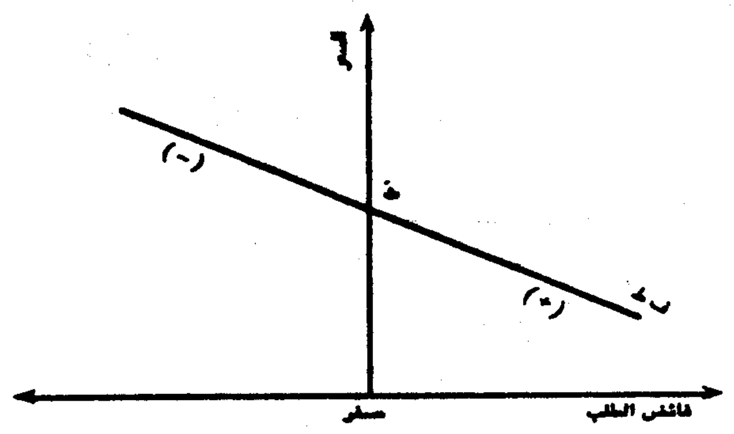
وفى الحالات الثلاث يتحقق توازن السوق عند سعر التوازن ثَ والكمية التوازنية كَ . وفى الحالات الثلاث يلاحظ أنه عند أى سعر أقل من سعر التوازن تكون الكمية المطلوبة أكبر من الكمية المعروضة . أى يكون فائض الطلب موجب عند أى سعر يقل عن سعر التوازن. مما يدفع السعر إلى الارتفاع ليعود مرة أخرى

إلى السعر التوازنى ثَ . وعند أى سعر أعلى من سعر التوازن تكون الكمية المطلوبة أقل من الكمية المعروضة ، أى يكون فائض الطلب سالب عند أى سعر يزيد عن سعر التوازن، مما يدفع السعر إلى الانخفاض ليعود مرة أخرى إلى السعر التوازنى ثَ.

وإذا حاولنا رسم علاقة فائض الطلب بالسعر فى هذه السوق نحصل على منحنى لفائض الطلب ، يوضحه الشكل رقم (٨-٢).

شكل رقم (٨-٢)

منحنى فائض الطلب فى حالة استقرار توازن السوق



ويتضح من الشكل رقم (٨-٢) أنه عند سعر التوازن ثَ يكون فائض الطلب صفر، بينما يكون فائض الطلب موجب عند أى سعر يقل عن سعر التوازن ثَ ، ويكون فائض الطلب سالب عند أى سعر يزيد عن سعر التوازن ثَ.

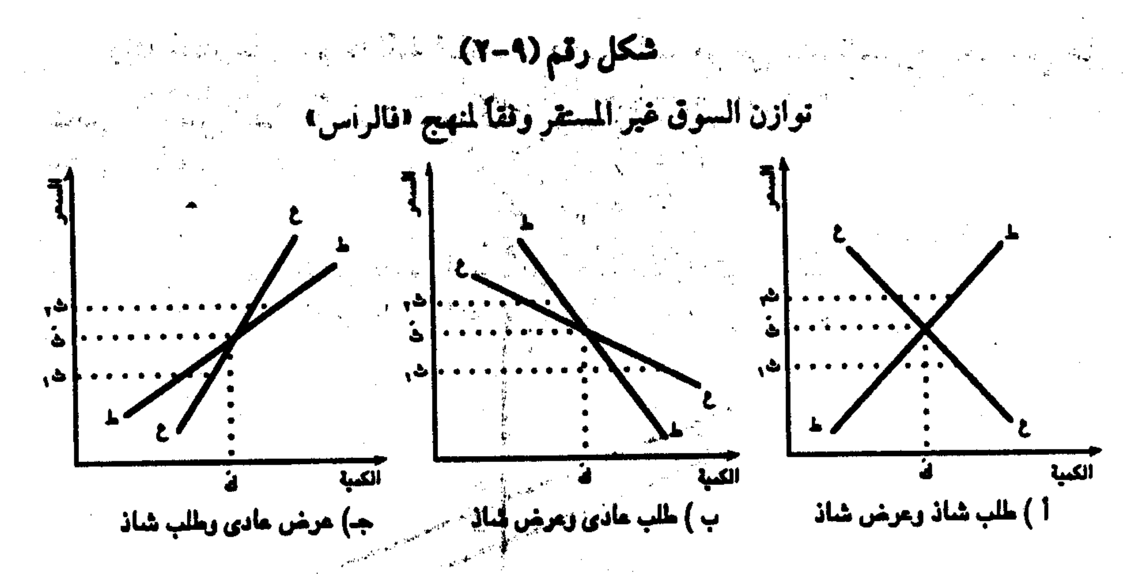
٢-١-٣ : التوازن غير المستقر:

يكون التوازن غير مستقر عندما يكون فائض الطلب سالب عند الأسعار التى تقل عن سعر التوازن ويكون فائض الطلب موجب عند الأسعار التى تزيد عن سعر التوازن. أى أن العلاقة بين فائض الطلب والسعر تكون علاقة طردية ، ومن ثم يكون ميل منحنى فائض الطلب موجب بالنسبة لمحور الأسعار.

وبصفة عامة يكون التوازن غير مستقر وفقاً لتحليل "فالراس" عندما تكون القيمة الجبرية لميل منحنى الطلب بالنسبة لمحور السعر أكبر من القيمة الجبرية لميل منحنى العرض بالنسبة لمحور السعر. وينطبق هذا الشرط سواء كان منحنى الطلب أو منحنى العرض معتاد أو شاذاً . وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٩-٢).

شكل رقم (٩-٢)

توازن السوق غير المستقر وفقاً لمنهج «فالراس»

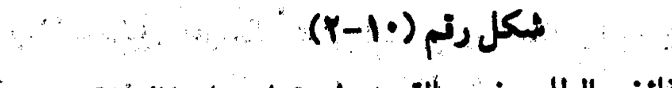


أ) طلب شاذ وعرض شاذ   ب) طلب عادى وعرض شاذ   جـ) عرض عادى وطلب شاذ

يمثل الجزء (أ) من الشكل رقم (٩-٢) سوق ذات طلب غير عادى (موجب الميل) وعرض غير عادى (سالب الميل) ويمثل الجزء (ب) من الشكل سوق ذات طلب عادى (سالب الميل) وعرض شاذ (سالب الميل) ، ويمثل الجزء (جـ) من الشكل سوق ذات عرض عادى (موجب الميل) وطلب شاذ (موجب الميل) .

وفى الحالات الثلاث يتحقق توازن السوق عند سعر التوازن ثَ والكمية التوازنية كَ . وفى الحالات الثلاث يلاحظ أنه عند أى سعر أقل من سعر التوازن تكون الكمية المطلوبة أقل من الكمية المعروضة . أى يكون فائض الطلب سالب عند أى سعر يقل عن سعر التوازن. مما يدفع السعر إلى الانخفاض ليبتعد أكثر عن السعر التوازنى ثَ . وعند أى سعر أعلى من سعر التوازن تكون الكمية المطلوبة أكبر من الكمية المعروضة ، أى يكون فائض الطلب موجب عند أى سعر يزيد عن سعر التوازن، مما يدفع السعر إلى الارتفاع يبتعد أكثر عن السعر التوازنى ثَ.

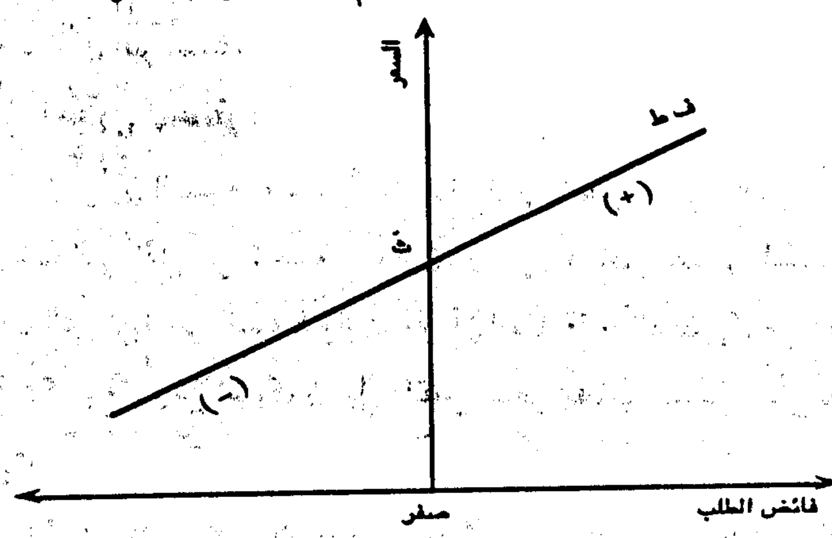
وإذا حاولنا رسم علاقة فائض الطلب بالسعر فى هذه السوق نحصل على منحنى لفائض الطلب يوضحه الشكل رقم (١٠-٢)



شكل رقم (١٠-٢)



منحنى فائض الطلب فى حالة عدم استقرار توازن السوق



ويتضح من الشكل رقم (١٠-٢) أنه عند سعر التوازن ثَ يكون فائض الطلب صفر، بينما يكون فائض الطلب سالب عند أى سعر يقل عن سعر التوازن ثَ ، ويكون فائض الطلب موجب عند أى سعر يزيد عن سعر التوازن ثَ.

٣-٢ : منهج 'مارشال' لتحليل استقرار توازن السوق :

يرى 'مارشال' أن استقرار التوازن فى السوق من عدمه يتم فى ضوء آلية تغير الكمية ، وأن تغير الكمية يتوقف على سعر الطلب وسعر العرض فى السوق.

ويعرف 'مارشال' سعر الطلب بأنه السعر الذى يكون المشترون مستعدين لدفعه لكمية معينة من المُنَتَّج ، ويعرف سعر العرض بأنه السعر الذى يكون البائعون (المنتجون) مستعدين للبيع به كمية معينة من المُنَتَّج.

فإذا كان سعر الطلب أكبر من سعر العرض لكمية معينة من المُنَتَّج اتجهت الكمية إلى الزيادة ، وإذا كان سعر الطلب مساوياً لسعر العرض لكمية معينة من

المُنتِج تظل الكمية ثابتة ، وإذا كان سعر الطلب أقل من سعر العرض لكمية معينة من المُنتِج اتجهت الكمية إلى الانخفاض.

ووفقاً لتحليل 'مارشال' يمكن التمييز بين حالتين لتوازن السوق، وهما :

- التوازن المستقر.
- التوازن غير المستقر.

٣-٢-١ : التوازن المستقر :

يكون توازن السوق مستقراً عندما يكون فائض سعر الطلب[١] موجب عند الكميات التى تقل عن كمية التوازن، ويكون فائض سعر الطلب سالب عند الكميات التى تزيد عن كمية التوازن، أى أن العلاقة بين فائض سعر الطلب والكمية علاقة عكسية ، ومن ثم يكون ميل فائض سعر الطلب سالب الميل بالنسبة لمحور الكميات.

وبناءً على ذلك يكون التوازن مستقراً عندما يكون سعر الطلب أكبر من سعر العرض عند أى كمية أقل من كمية التوازن، ويكون سعر الطلب أقل من سعر العرض عند أى كمية أكبر من كمية التوازن.

وبصفة عامة يكون التوازن مستقر وفقاً لتحليل 'مارشال' عندما تكون القيمة الجبرية لميل منحني الطلب بالنسبة لمحور الكميات أقل من القيمة الجبرية لميل منحني العرض بالنسبة لمحور الكميات. وينطبق هذا الشرط سواء كان منحني الطلب أو منحني العرض معتاداً أو شاذاً. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١١-٢).

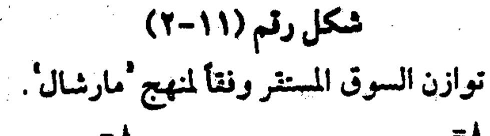
---

(١) فائض سعر الطلب = سعر الطلب - سعر العرض

فائض سعر العرض = سعر العرض - سعر الطلب

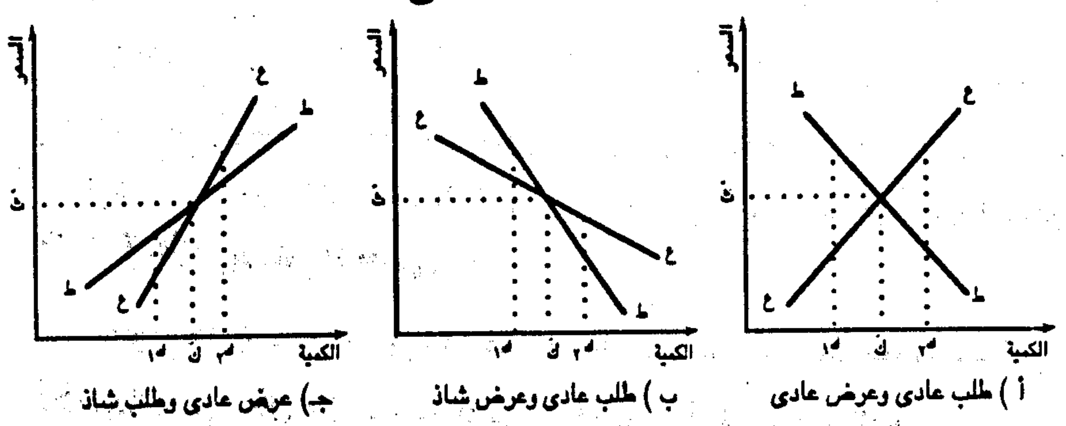
وهنا يجب التنبيه إلى أن فائض سعر الطلب وفائض سعر العرض هما تعبير عن نفس الشيء. فعندما يكون هناك فائض سعر طلب موجب؛ يقابله فائض سعر عرض سالب بنفس القيمة يطلق عليه عجز سعر العرض. وعندما يكون هناك فائض سعر طلب سالب يطلق عليه (عجز سعر الطلب) يقابله فائض سعر عرض موجب بنفس القيمة .

يمثل الجزء (أ) من الشكل رقم (١١-٢) سـوق ذات طلب عادى (سالب الميل) ، وعـرض عـادى (موجـب الميل) ، ويمثل الجـزء (ب) من الشكل سـوق ذات طلب عـادى وعرض غـير عـادى، ويمثل الجزء (جـ) من الشكل سـوق ذات عرض عـادى وطلب غير عادى.



شكل رقم (١١-٢)

توازن السوق المستقر وفقاً لمنهج "مارشال".

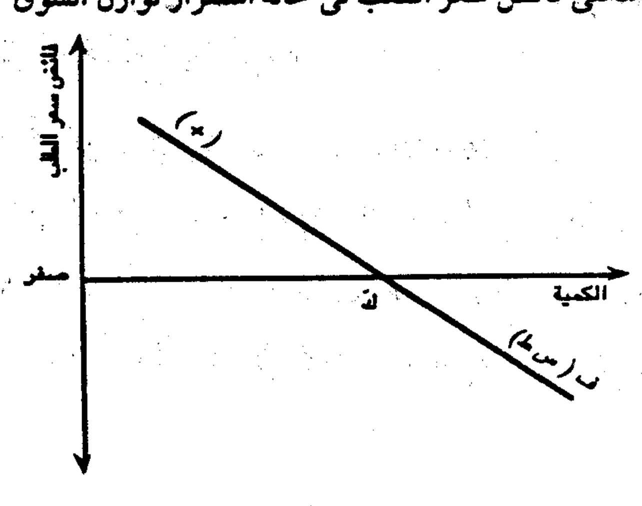


أ) طلب عادى وعرض عادى — ب) طلب عادى وعرض شاذ — جـ) عرض عادى وطلب شاذ

وفى الحالات الثلاث يتحقق توازن السوق عند السـعر ثَ والكمية التوازنية كَ ، وفى الحـالات الثلاث يلاحظ أنه عند أى كـمية أقل من كمـية التـوازن يكون سـعر الطلب أكبر من سعر العرض، أى يكون نائض سعر الطلب موجب عنـد أى كمـية

شكل رقم (١٢-٢)

منحنى فائض سعر الطلب فى حالة استقرار توازن السوق



تقل عن كـمية التـوازن ، مما يدفع الكمـية إلى الزيادة لتـعود مـرة أخرى إلى الكمـية التوازنية كَ . وعند أى كمـية أكبر من كمية التوازن يكون سـعر الطلب أقل من سعر العرض، أى يكون فائض سـعر الطلب سالب عند أى كمية تزيد عن كـمية التوازن، مما يدفع الكمية إلى الانخفاض مرة أخرى لتعود إلى الكمية التوازنية كَ.

وإذا حاولنا رسم عـلاقة فائض سعـر الطلب بالكمية فى هذه الأسـواق الثلاث نحصل على منحنى لفائض سعر الطلب يوضحه الشكل رقم (١٢-٢).

ويتضـح من الشكل رقم (١٢-٢) أنه عند كمـية التـوازن كَ يكون فائض سـعر الطلب صفـر، بينما يكون فائض سـعر الطلب موجب عند أى كـمية تقل عن كمـية التوازن كَ، ويكون فائض سعر الطلب سالب عند أى كمية تزيد عن كمية التوازن كَ.

٣-٢-٢ : التوازن غير المستقر :

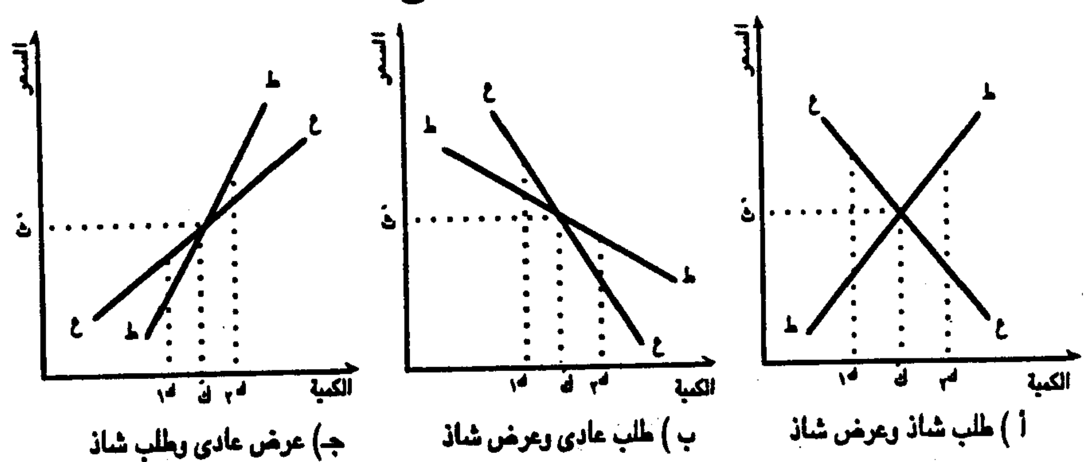
يكون توازن السـوق غير مـستقـر عندما يكون فـائض سعر الطلـب سالب عند الكمـيات التى تقل عن كـمية التـوازن، ويكون فائـض سعـر الطلب مـوجب عند الكميات التى تزيد عن كمية التوازن، أى أن العـلاقة بين فائض سعر الطلب والكمية علاقـة طردية ، ومن ثم يكون مـيل فائض سعـر الطلب موجـب الميل بالنسبـة لمحور الكميات.

وبناءً على ذلك يكون التوازن غير مستقر عندما يكون سعر الطلب أقل من سعر العرض عنـد أى كميـة أقل من كمـية التوازن، ويكون سـعر الطلب أكـبر من سـعر العرض عند أى كمية أكبر من كمية التوازن.

وبصفة عامة يكون التوازن غير مستقر وفقاً لتحليل 'مارشال' عندما تكون القيمة الجبرية لميل منحني الطلب بالنسبة لمحور الكميات أكبر من القيمة الجبرية لميل منحني العرض بالنـسبة لمحـور الكميات . وينطـبق هذا الشرط سواءً كـان منحني الطلب أو منحني العرض معتاداً أم شاذاً. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٣-٢).

شكل رقم (١٣-٢)

توازن السوق غير المستقر وفقاً لمنهج «مارشال».

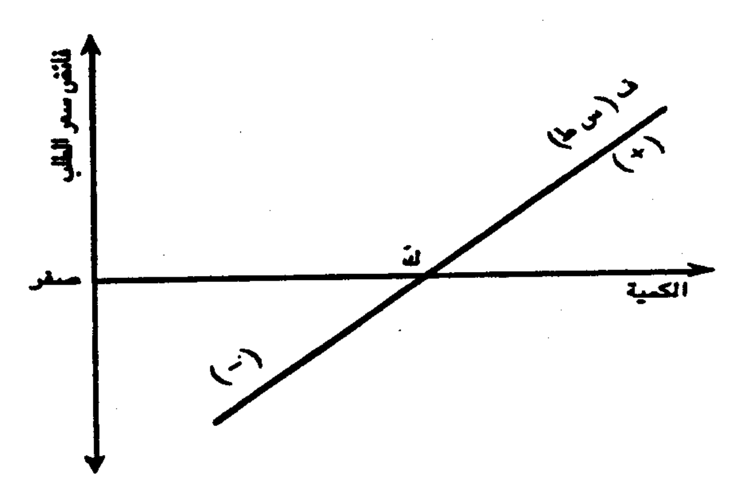


أ) طلب شاذ وعرض شاذ   ب) طلب عادى وعرض شاذ   جـ) عرض عادى وطلب شاذ

يمثل الجزء (أ) من الشكل رقم (١٣-٢) سوق ذات طلب غير عادى (موجب الميل)، وعرض غير عادى (سالب الميل)، ويمثل الجزء (ب) من الشكل سوق ذات طلب عادى وعرض غير عادى، ويمثل الجزء (جـ) من الشكل سوق ذات عرض عادى وطلب غير عادى.

شكل رقم (١٤-٢)

منحنى فائض سعر الطلب فى حالة عدم استقرار توازن السوق



وفى الحالات الثلاث يتحقق توازن السوق عند السعر ثَ والكمية التوازنية كَ ، وفى الحالات الثلاث يلاحظ أنه عند أى كمية أقل من كمية التوازن يكون سعر

الطلب أقل من سعر العرض، أى يكون فائض سعر الطلب سالب عند أى كمية تقل عن كمية التوازن ، مما يدفع الكمية إلى الانخفاض لتبتعد أكثر عن الكمية التوازنية كَ . وعند أى كمية أكبر من كمية التوازن يكون سعر الطلب أكبر من سعر العرض، أى يكون فائض سعر الطلب موجب عند أى كمية تزيد عن كمية التوازن، مما يدفع الكمية إلى الزيادة لتبتعد أكثر عن الكمية التوازنية كَ.

وإذا حاولنا رسم علاقة فائض سعر الطلب بالكمية فى هذه الأسواق الثلاث نحصل على منحنى لفائض سعر الطلب يوضحه الشكل رقم (١٤-٢).

ويتضح من الشكل رقم (١٤-٢) أنه عند كمية التوازن كَ يكون فائض سعر الطلب صفر، بينما يكون فائض سعر الطلب سالب عند أى كمية تقل عن كمية التوازن كَ، ويكون فائض سعر الطلب موجب عند أى كمية تزيد عن كمية التوازن كَ.

٣-٢ : مقارنة تحليل 'فالراس' وتحليل 'مارشال' لاستقرار التوازن فى السوق:

يتضح من مقارنة تحليل استقرار التوازن للسوق وفقاً لمنهج 'فالراس' ومنهج 'مارشال' الآتى :

١) عندما يكون منحنى الطلب معتاداً (سالب الميل) ومنحنى العرض معتاداً (موجب الميل) ، يكون التوازن مستقر وفقاً لمنهجى 'فالراس' و'مارشال'.

٢) عندما يكون منحنى الطلب غير عادى (موجب الميل) ومنحنى العرض غير عادى (سالب الميل) ، يكون التوازن غير مستقر وفقاً لمنهجى 'فالراس' و 'مارشال'[1].

٣) عندما يكون أيٍ من منحنى الطلب أو العرض غير معتاداً والأخر فى وضعــه

---

(١) وذلك لأن ميل أحد المنحنيين يكون موجب وميل الآخر يكون سالب، سواء تم قياس الميل بالنسبة لمحور الأسعار أو محور الكميات ، ومن ثم لن تختلف القيمة الجبرية للميل سواء قيس الميل لمحور الأسعار أو لمحور الكميات.

شكل رقم (٦-٢)

مقارنة بين نتائج تحليل "فالراس" و "مارشال" لاستقرار توازن السوق (*)

الطلب والعرض في السوق	منهج "فالراس"		منهج "مارشال"	
	توازن مستقر	توازن غير مستقر	توازن مستقر	توازن غير مستقر
طلب عادى عرض عادى	مستقر	—	مستقر	—
طلب عادى عرض غير عادى	القيمة الجبرية لميل منحني الطلب > القيمة الجبرية لميل منحني العرض	القيمة الجبرية لميل منحني الطلب < القيمة الجبرية لميل منحني العرض	القيمة الجبرية لميل منحني الطلب < القيمة الجبرية لميل منحني العرض	القيمة الجبرية لميل منحني الطلب > القيمة الجبرية لميل منحني العرض
طلب غير عادى عرض عادى	القيمة الجبرية لميل منحني الطلب > القيمة الجبرية لمنحنى العرض	القيمة الجبرية لميل منحني الطلب < القيمة الجبرية لمنحنى العرض	القيمة الجبرية لميل منحني الطلب < القيمة الجبرية لمنحنى العرض	القيمة الجبرية لميل منحني الطلب > القيمة الجبرية لمنحنى العرض
طلب غير عادى عرض غير عادى	—	غير مستقر	—	غير مستقر

(*) يعبر مقياس ميل منحنى الطلب وميل منحنى العرض فى هذا الجدول عن الميل بالنسبة لمحور الأسعار ، لتسهيل المقارنة وتوضيح هدف هذا الجدول.

المعتـاد، تختلف نتائج التـحليل ما بين منهج 'فالراس' ومنهج 'مارشال' فالحـالة التى تظهر توازناً مـستقراً وفـقاً لمنهج 'فالراس' ستكون نتـيجـة الحالة نفسـها توازناً غـير مستقراً وفقاً لمنهج 'مارشال'"[1].

ويجـمع الجدول رقم (٦-٢) نتـائج المقـارنة السابقـة بين كلٍ تحليل «فـالراس» وتحليل 'مارشال' لاستقرار توازن السوق.

٤ : التوازن العنكبوتى فى السوق :

تنطبق نظرية التـوازن العنكبـوتى Cobweb Theorem بصـفـة أساسـيـة على أسواق المنتجات الزراعية، ويبنى التحليل فى هذه النظرية على افتراضين أساسين :

١) بالنسبـة لجانب العرض : يُفـترض فى هذه النظرية أن الكمـية المعروضـة خلال الفترة الجـارية تعتمد على السعـر الذى كان سائداً فى السوق فى الفـترة الزمنية السابقـة. أى أن كميات السلعـة المنتجة فى أى فتـرة زمنية $ك_{ن+١}$ تكون دالة فى الأسعار فى الفترة الزمنية السابقة $ث_{ن}$.

$$ك_{ن+١} = د\,(ث_{ن})$$

حيث أن كل منشأة من المنشآت المنتجة للسلعـة تتصرف وكأن السعر السائد فى السوق فى الفتـرة الحالية سيظل ثابتاً فى الفـترة الزمنية القادمة . أى أن سـعر العرض السائد فى السوق فى السنة الجارية هو سعر السنة السابقة.

٢) بالنسبـة لجانب الطلب : يُفترض فى هذه الـنظرية أن المُنتَّج غير قابل للتـخزين،

---

(١) وذلك لأن ميل المنحنيين يكونـا موجبين في نفس الوقت، أو يكونا سالـبين في نفس الوقت. وبالتالي فإن القيمة الجبرية للميل ستختلف عند قـياس الميل بالنسبة لمحور الأسعار، عنها لو قيـس الميل بالنسبة لمحور الكميات، فالحالة التي تكون فيها القيمة الجبرية لميل منحني الطلب < القيمة الجبرية لميل منحني العرض إذا قيس الميل بالنسبة لمحور الأسعار، سنجد أنه في هذه الحالة نفسها ستكون القـيمة الجبرية لميل منحني الطلب > القيـمة الجبريـة لميل منحني العرض إذا قيس الميل بالنـسبة لمحور الكمـيات،... وهكذا.

ويتحدد سعر الطلب بناءاً على الكمية المنتجة والمعروضة فى السوق فى السنة الجارية، وبالتالى تتحدد الكمية المطلوبة بناءاً على السعر السائد فى السوق فى السنة الجارية . أى أن سعر الطلب يكون هو السعر السائد فى السوق فى السنة الجارية . ودائماً سيكون سعر الطلب فى الفترة الجارية هو سعر العرض فى الفترة التالية .

وبناءاً على هذين الافتراضين ، فإذا اختل توازن السوق عن وضعه الأصلى، تحدث تقلبات متتالية ويتخذ مسار هذه التقلبات شكلاً يشبه نسيج بيت العنكبوت ، ومن هنا أطلق على هذه النظرية نظرية التوازن العنكبوتى، أو النظرية العنكبوتية .

وقد تكون التقلبات العنكبوتية تقلبات متقاربة أو تقلبات متباعدة أو تقلبات ثابتة، ويتوقف اتجاه مسار التقلبات العنكبوتية على القيمة المطلقة لميل كلٍ من منحنى العرض والطلب.

٤-١: التوازن العنكبوتى : التقلبات المتقاربة:

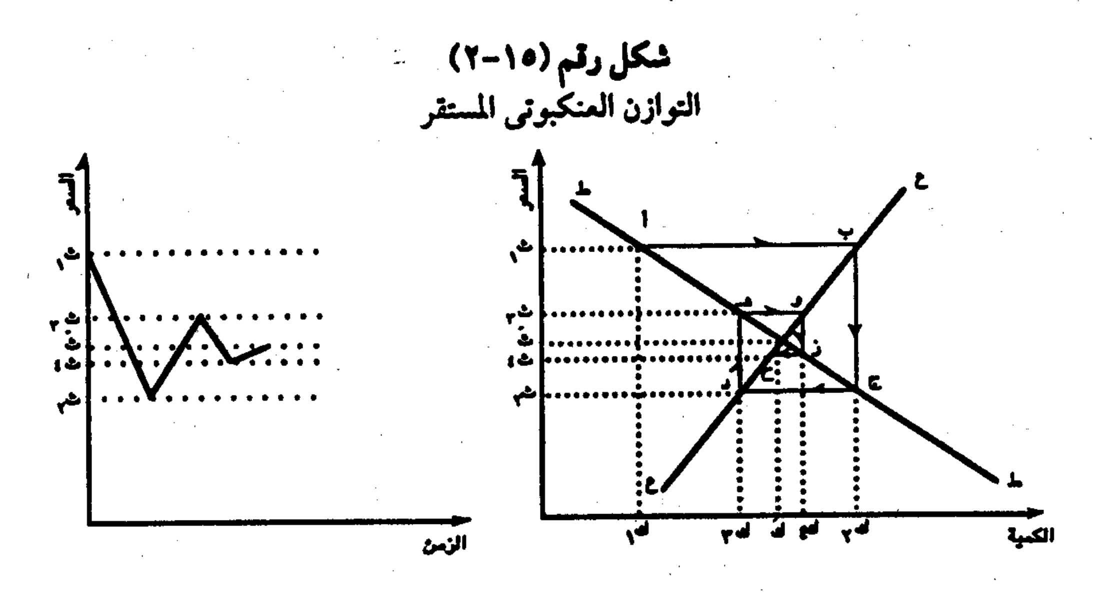
تكون التقللبات العنكبوتية فى السوق متقاربة عندما تكون القيمة المطلقة لميل منحنى الطلب أقل من القيمة المطلقة لميل منحنى العرض، ويترتب على ذلك تقارب تقلبات الأسعار والكميات فى السوق من السعر التوازنى والكمية التوازنية، إذا ما حدث اختلال يبعد السوق عن وضعها التوازنى. أى أن تحوى السوق الطبيعية مستعيدة إلى وضع التوازن الأصلى.

أى يحدث تقارب للكمية المعروضة فى السوق من الكمية المطلوبة ، وكذلك يحدث تقارب بين سعر الطلب وسعر العرض فى السوق، ومن ثم تتلاشى الفجوة بين الكمية المعروضة والكمية المطلوبة تدريجياً ، إلى أن تصل إلى الصفر، وعندما تتعادل الكمية المعروضة مع الكمية المطلوبة ويتعادل سعر الطلب مع سعر العرض، تكون السوق قد عادت ثانية إلى وضع توازنها السابق، وتعد السوق فى هذه الحالة مثالاً للتوازن المستقر. ومن ثم يمكن أن نخرج بشرط آخر للتقلبات العنكبوتية

المتـقاربة وهو : تـناقص القيـمـة المطلقـة لفائض الطلـب مع الزمن إلى أن تصل إلى الصفر، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٥-٢).

ويوضح الشكل رقـم (١٥-٢ / أ) سلوك التـقلبـات العنكبـوتيـة المتـقـاربة فى السوق، حيث يتـحقق التوازن السوقى عندما يتـقاطع منحنى الطلب ط ط مع منحنى العـرض ع ع ، ويكون سعر التوازن هو ثَ والكميـة التوازنية هى كَ . ولنفترض أنه بسبب سوء الأحوال الجوية أن حـــدث اخـتلال فى السوق ، وكان الإنتاج من سلعة الأرز عنــد

شكل رقم (١٥-٢)
التوازن العنكبوتى المستقر



الكمية ك١ وهى كمـية أقل من الكمية التـوازنية كَ . وفى هذه الفتـرة الزمنية الأولى سيكـون سعر الطلب المـقابل للكمـية ك١ هو السـعر المقابـل للنقطة (أ) على منحنى الطلب وهو السعر ث١ ، وهو سعـر مرتفع عن السعـر التوازنى ثَ . ونظراً لاعتـقاد المنتـجين بأن هذا السعـر المرتفع سيسود الـسوق فى الفـترة الثـانية يخططون لإنتـاج كميـات أكبر عند النقطة (ب) على منحنى الـعرض وينتجون كـميات كبيـرة تعادل الكمية ك٢ ، ويترتب على زيادة الـكمية المعـروضة انخفـاض السعر، حـيث سيكون سعـر الطلب المقابل للكمـية ك٢ هو السعـر المقابل للنـقطة (جـ) على منحنى الطلب وهو السعر ث٢ ، وهو سعر منخـفض عن سعر التوازن ثَ ، ونظراً لاعتـقاد المنتجين

بأن هذا السعر المنخفض سيسود فى الفترة الثالثة يخططون لإنتاج كميات أقل عند النقطة (د) على منحنى العرض وينتجون كميات أقل تعادل الكمية $ك_{٣}$ ، ولكن انخفاض الكمية المعروضة فى الفترة الثالثة سيؤدى إلى ارتفاع السعر، حيث سيكون سعر الطلب المقابل للكمية $ك_{٣}$ هو السعر المقابل للنقطة (هـ) على منحنى الطلب وهو السعر $ث_{٣}$ وهو سعر مرتفع عن سعر التوازن . ونظراً لاعتقاد المنتجين بأن هذا السعر المرتفع سيسود السوق فى الفترة الرابعة يخططون لإنتاج كميات أكبر عند النقطة (و) على منحنى العرض، وينتجون كميات أكبر تعادل الكمية $ك_{٤}$ ، .... وهكذا تستمر تقلبات السوق إلى أن تعود إلى نقطة التوازن وتتعادل الكمية المعروضة مع الكمية المطلوبة ($ك_{ع} = ك_{ط} = كَ$) ، وكذلك يتعادل سعر الطلب مع سعر العرض ($ث_{ع} = ث_{ط} = ثَ$) .

ويترتب علي تناقص القيمة المطلقة لفائض الطلب عبر الزمن الضغط علي السوق في اتجاه العودة إلي التوازن، ويمكن تتبع تقلبات الأسعار فى السوق عبر الزمن من خلال الشكل (١٥-٢/ ب) ، حيث يتم رسم الأسعار على المحور الرأسى والزمن على المحور الأفقى، ونلاحظ أن انحراف الأسعار عن الوضع التوازنى (ثَ) يتناقص مع مرور الزمن إلى أن يصل إلى الصفر.

٤-٢ : التوازن العنكبوتى : التقلبات المتباعدة :

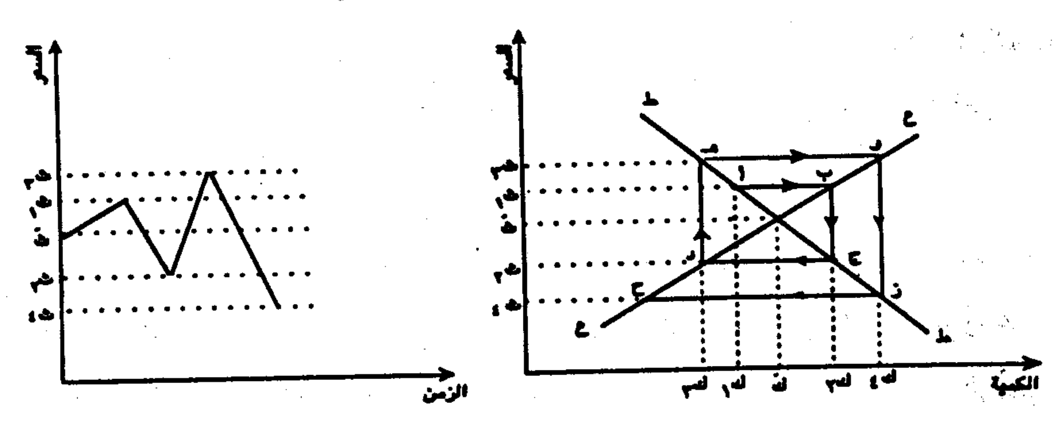
تكون التقلبات العنكبوتية فى السوق متباعدة عندما تكون القيمة المطلقة لميل منحنى الطلب أكبر من القيمة المطلقة لميل منحنى العرض، ويترتب على ذلك تباعد تقلبات الأسعار والكميات فى السوق عن السعر التوازنى والكمية التوازنية ، إذا ما حدث اختلال يبعد السوق عن وضعها التوازنى. أى أن قوى السوق الطبيعية ستأخذ السوق بعيداً عن وضع التوازن.

أى يحدث تباعد ما بين الكمية المعروضة والكمية المطلوبة فى السوق، وكذلك يحدث تباعد ما بين سعر الطلب وسعر العرض فى السوق، ومن ثم تتسع الفجوة

وتتزايد تدريجياً ما بين الكمية المعروضة والكمية المطلوبة ، وكذلك تتسع الفجوة وتتزايد تدريجياً ما بين سعر الطلب وسعر العرض، وتعد السوق فى هذه الحالة مثالاً للتوازن غير المستقر. ومن ثم يمكن أن نخرج بشرط آخر لحدوث التقلبات العنكبوتية المتباعدة ، وهو : تزايد القيمة المطلقة لفائض الطلب مع الزمن، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٦-٢).

شكل رقم (١٦-٢)

التوازن العنكبوتى غير المستقر



ويوضح الشكل رقم (١٦-٢ / أ) سلوك التقلبات العنكبوتية المتباعدة فى السوق، حيث يتحقق التوازن السوقى عندما يتقاطع منحنى الطلب ط ط مع منحنى العرض (ع ع) ، ويكون سعر التوازن هو ثَ والكمية التوازنية هى كَ . ولنفترض أنه بسبب سوء الأحوال الجوية أن حدث اختلال فى السوق وكان الإنتاج من سلعة الطماطم عند الكمية ك١ ، وهى كمية أقل من الكمية التوازنية كَ . وفى هذه الفترة الزمنية الأولى سيكون سعر الطلب المقابل للكمية ك١ هو السعر المقابل للنقطة (أ) على منحنى الطلب وهو السعر ث١ ، وهو سعر مرتفع عن السعر التوازنى ثَ . ونظراً لاعتقاد المنتجين بأن هذا السعر المرتفع سيسود السوق فى الفترة الثانية يخططون لإنتاج كميات أكبر عند النقطة (ب) على منحنى العرض وينتجون كميات كبيرة تعادل الكمية ك٢ ، ويترتب على زيادة الكمية المعروضة انخفاض السعر، حيث سيكون سعر الطلب المقابل للكمية ك٢ هو السعر المقابل للنقطة (جـ) على منحنى

الطلب وهو السعر ث$_{٢}$ ، وهو سعر منخفض عن سعر التوازن ثَ ، ونظراً لاعتقاد المنتجين بأن هذا السعر المنخفض سيسود فى الفترة الثالثة يخططون لإنتاج كميات أقل عند النقطة (د) على منحنى العرض وينتجون كميات أقل تعادل الكمية ك$_{٣}$ ، ولكن انخفاض الكمية المعروضة فى الفترة الثالثة سيؤدى إلى ارتفاع السعر، حيث سيكون سعر الطلب المقابل للكمية ك$_{٣}$ هو السعر المقابل للنقطة (هـ) على منحنى الطلب وهو السعر ث$_{٣}$ وهو سعر مرتفع عن سعر التوازن ، ونظراً لاعتقاد المنتجين بأن هذا السعر المرتفع سيسود السوق فى الفترة الرابعة يخططون لإنتاج كميات أكبر عند النقطة (و) على منحنى العرض، وينتجون كميات أكبر تعادل الكمية ك$_{٤}$ ، ... وهكذا تستمر تقلبات السوق فى التباعد عن نقطة التوازن ويزداد إتساع الفجوة بين الكمية المعروضة والكمية المطلوبة (ك$_{ع}$ $\leftrightarrow$ ك$_{ط}$) ، وكذلك يزداد إتساع الفجوة بين سعر الطلب وسعر العرض (ث$_{ع}$ $\leftrightarrow$ ث$_{ط}$) .

ويترتب علي تزايد القيمة المطلقة لفائض الطلب عبر الزمن الضغط علي السوق في اتجاه المزيد من الابتعاد عن وضع التوازن، ويمكن تتبع تقلبات الأسعار فى السوق عبر الزمن من خلال الشكل (١٦-٢/ب) ، حيث يتم رسم الأسعار على المحور الرأسى والزمن على المحور الأفقى، ونلاحظ أن انحراف الأسعار عن الوضع التوازنى (ثَ) يتزايد باستمرار مع مرور الزمن .

٤-٣ : التوازن العنكبوتي : التقلبات الثابتة :

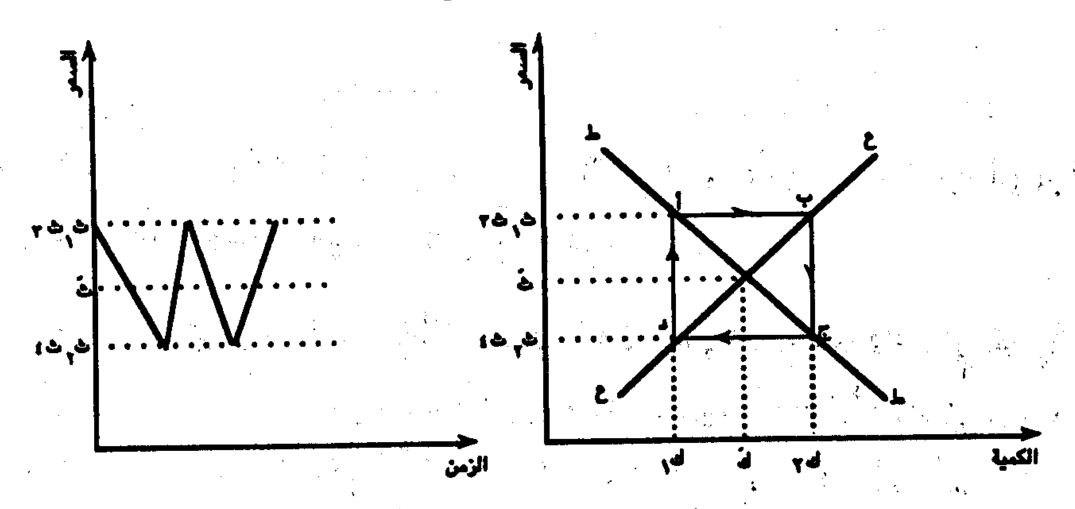
تكون التقلبات العنكبوتية ثابتة عندما تكون القيمة المطلقة لميل منحنى الطلب مساوية للقيمة المطلقة لميل منحنى العرض، ويترتب على ذلك ثبات تقلبات الأسعار والكميات فى السوق حول السعر التوازنى والكمية التوازنية فى السوق، إذا ما حدث اختلال يبعد السوق عن وضعها التوازن. أى أن قوى السوق الطبيعية ستحافظ على استمرار تقلبات الكميات والأسعار بمدى ثابت من فترة لآخرى.

أى أنه إذا ابتعدت الكمية المعروضة والكمية المطلوبة عن الكمية التوازنية ، فإن سعر العرض وسعر الطلب سيبتعدان أيضاً عن الوضع التوازنى، ولكن ستستقر

الكميات والأسعار عن هذا الوضع الجديد لن تحيد عنه ، فلا هى ستعود إلى الوضع التوازنى، ولا هى ستبتعد أكثر عن هذا الوضع ، بل سيظل هذا المسار للتقلبات ثابت لن يتغير، وتعد السوق فى هذه الحالة مثالاً للتوازن المحايد. ومن ثم يمكن أن نخرج بشرط آخر للتقلبات العنكبوتية الثابتة وهو : ثبات القيمة المطلقة لفائض الطلب مع الزمن ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٧-٢).

شكل رقم (١٧-٢)

التوازن العنكبوتى المحايد



ويوضح الشكل رقم (١٧-٢/أ) سلوك التقلبات العنكبوتية الثابتة فى السوق، حيث يتحقق التوازن السوقى عندما يتقاطع منحنى الطلب ط ط مع منحنى العرض ع ع ، ويكون سعر التوازن هو ثَ والكمية التوازنية هى كَ . ولنفترض أنه يسبب سوء الأحوال الجوية أن حدث اختلال فى السوق ، وكان الإنتاج من سلعة دجاج التسمين عند الكمية ك١ وهى كمية أقل من الكمية التوازنية كَ . وفى هذه الفترة الزمنية الأولى سيكون سعر الطلب المقابل للكمية ك١ هو السعر المقابل للنقطة (أ) على منحنى الطلب وهو السعر ث١ ، وهو سعر مرتفع عن السعر التوازنى ثَ . ونظراً لاعتقاد المتجين بأن هذا السعر المرتفع سيسود السوق فى الفترة الثانية يخططون لإنتاج كميات أكبر عند النقطة (ب) على منحنى العرض وينتجون كميات كبيرة تعادل الكمية ك٢ ، ويترتب على زيادة الكمية المعروضة انخفاض السعر، حيث

سيكون سـعر الطلب المقابل للكمـية ك$_{٢}$ هو السعر المقـابل للنقطة (جـ) على منحنى الطلب وهو السـعر ث$_{٢}$ ، وهو سعر منخـفض عن سعر التوازن ثَ ، ونظراً لاعـتقاد المنتجين بأن هذا السعـر المنخفض سيسود فى الفـترة الثالثة يخططون لإنتاج كـميات أقل عند النقطة (د) على منحنى العـرض وينتجون كـميات أقل تعادل الكمـية ك$_{٣}$ ، ولكن انخفاض الكمـية المعروضة فى الفتـرة الثالثة سيؤدى إلى ارتفاع السـعر، حيث سيكـون سعر الطلب المـقابل للكمـية ك$_{٣}$ هو السـعر المقابـل للنقطة (أ) على منحنى الطلب وهو السـعر ث$_{١}$ وهو سعر مـرتفع عن سعر التوازن ، ونظراً لاعتـقاد المنتجين بأن هذا السعر المرتفع سيسود السوق فى الفتـرة الرابعة يخططون لإنتاج كميات اكبر عند النقطة (ب) على منحنى العرض، وينتجون كميات أكبر تعادل الكمية ك$_{٢}$ ، ... وهكذا تستمر تقلبات السوق فى مسارها الثابت بين السعرين ث$_{١}$ ، ث$_{٢}$ والكميتين ك$_{١}$ ، ك$_{٢}$. ويستمـر الفرق بين الكمية المعـروضة والكمية المطلوبة ثابتـاً بين أية فترتين ويعادل ك$_{١}$ ك$_{٢}$ ، وكذلك يستـمر الفرق بين سعر الطلب وسعـر العرض ثابتاً بين أية فترتين ويعادل ث$_{١}$ ث$_{٢}$.

ويترتب علي ثبات القيمة المطلقة لفائض الطلب استمرار تقلب السوق في دورة واحدة لاتحيد عنها، ويمكن تتبع تقلبات الأسعار فى السوق عبر الزمن من خلال الشكل (١٧-٢/ ب) ، حيث يتم رسم الأسـعار على المحور الرأسى والزمن على المحور الأفقى، ونلاحظ أن انحراف الأسـعار عن الوضع التوازنى (ث) يظل ثابتاً مع مرور الزمن دونما زيادة أو نقص .

الفصل الثالث
تطبيقات اقتصادية
لتحليل السوق

بعد استكمال التحليل النظرى للسوق من خلال تحليل جانب الطلب وتحليل جانب العرض ودراسة مرونات الطلب والعرض وتحليل توازن السوق والقوى المؤثرة فيه ، وتحليل اتجاه استقرار التوازن للسوق والعوامل المؤثرة فيه . يمكننا الانتقال من الجانب النظرى للتحليل إلى الجانب التطبيقى، وذلك بعرض بعض من المجالات العديدة التى تطبق فيها نظريات وأدوات التحليل الاقتصادى الجزئى للسوق، ولعل من أشهر هذه التطبيقات :

١- التسعير الجبرى وتحديد حصص الإنتاج .

٢- فرض الضرائب ومنح الإعانات.

٣- تفاعل أسواق المنتجات الوسيطة والمنتجات النهائية .

١ : التسعير الجبرى وتحديد حصص الإنتاج :

قد تتجه الحكومة إلى إتباع سياسة التسعير الجبرى فى حالتين، الأولى: عندما يكون السعر السائد فى السوق (التوازنى) مرتفعاً للدرجة التى تضر بالطبقات الفقيرة ومتوسطة الدخل، وخاصة إذا كان هذا السعر يحرم هذه الطبقات من الحصول على احتياجاتها من المُنتَج ، فتتدخل الحكومة بوضع سقف للسعر أو حداً أعلى للسعر (يكون سعراً منخفضاً عن سعر التوازن) وتتخذ من الإجراءات القانونية والاقتصادية ما يضمن عدم ارتفاع السعر عن هذا الحد. الثانية : عندما يكون السعر السائد فى السوق (التوازنى) منخفضاً للدرجة التى تضر بالمنتجين، وخاصة إذا كان هذا السعر يحقق خسائر للمنتجين أو لايضمن هامش ربح عادل لهؤلاء المنتجين ، فتتدخل الحكومة بوضع حداً أدنى للسعر (يكون سعراً مرتفعاً عن سعر التوازن)، وتتخذ من الإجراءات القانونية والاقتصادية ما يضمن عدم انخفاض السعر عن هذا الحد.

وقد لاترغب الحكومة فى اتباع سياسة مباشرة لتصحيح السعر فى السوق

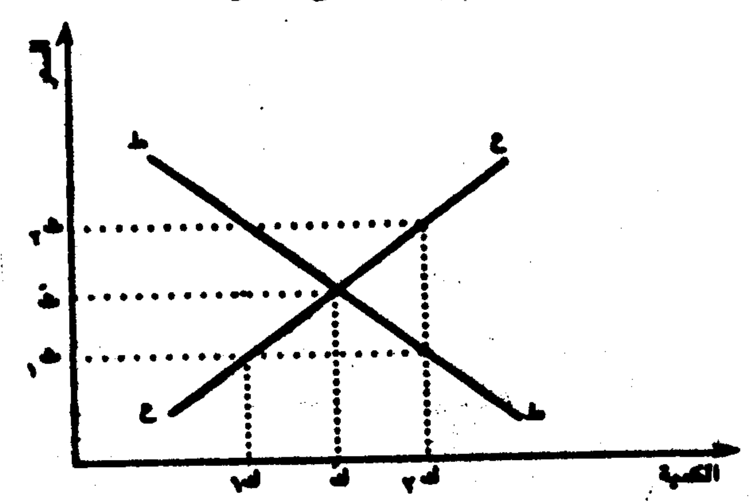
لصالح المنتجين، وتتجه إلى إتباع سياسة غير مباشرة لتصحيح السعر فى السوق من خلال تحديد حصص إنتاج للمنتجين بما يضمن خفض الكمية المعروضة فى السوق ، ومن ثم يرتفع السعر ليصل إلى سعر عادل للمنتجين.

١-١ : سياسة الحد الأعلى للسعر[1]**:**

يتحدد سعر التوازن فى السوق عند السعر ثَ ، عندما يتقاطع منحنى ط ط مع منحنى العرض ع ع كما فى الشكل رقم (١-٣)، وتجد الحكومة أن هذا السعر مرتفع بالنسبة لبعض أفراد المجتمع. فتتدخل بتحديد سعر أقل من سعر التوازن، وليكن ث١ ويكون السعر ث١ حداً أعلى للسعر لايمكن لأي من المنتجين أو البائعين البيع بأعلى من هذا السعر.

شكل رقم (١-٣)

سياسة الحد الأعلى للسعر



ويترتب على تحديد الحكومة حداً أعلى للسعر (ث١ < ثَ) نتيجتين ، حيث سيؤدى هذا السعر المنخفض المحدد جبرياً إلى زيادة الكمية المطلوبة من المُنتَج من كَ إلى ك٢ ، وانخفاض الكمية المعروضة من كَ إلى ك١ ، ويظهر فائض طلب فى السوق مقداره ك١ ك٢ .

---

(1) Maximum Price : Price Ceiling

وإذا لم تكن هناك رقابة صارمة ومستمرة للسوق فسيدفع فائض الطلب إلى ارتفاع السعر فى السوق مرة أخرى. ولكى تضمن الحكومة نجاح سياسة الحد الأعلى للسعر فى تحقيق أهدافاً قد تتبع معها سياسة مساعدة، تتمثل فى إتباع نظام البطاقات أو منح إعانة إنتاج للمنتجين :

١- **نظام البطاقات :** يتم على أساسه توزيع الكمية المعروضة من السلعة عند الحد الأعلى للسعر ، وهى الكمية ك١ بين أفراد المجتمع وفقاً للحد الأعلى للسعر المحدد ث١ ، ومن ثم فإن كل فرد يحتاج للسلعة سيحصل على كمية من هذه السلعة ، ولكن هذه الكمية لاتمثل كل احتياجه للسلعة. ومن ثم قد تظهر السوق السوداء كسوق موازية للسوق الرسمية لهذه السلعة .

٢- **منح إعانة إنتاج للمنتجين :** نظراً لعيوب نظام البطاقات وما يترتب عليه من تحمل تكاليف إدارية باهظة لتنفيذه ، فقد تقرر الحكومة منح المنتجين إعانة إنتاج تدفعهم لإنتاج كمية مساوية للكمية ك٢ وهى الكمية المطلوبة فى السوق عند الحد الأعلى للسعر ث١ . ونظراً لأن سعر العرض الذى يشجع المنتجين لإنتاج الكمية ك٢ هو السعر ث٢ ، فيكون من الضرورى منح المنتجين إعانة إنتاج عن كل وحدة منتجة من السلعة تعادل ث١ ث٢ (الفرق بين الحد الأعلى للسعر وهو سعر الطلب ث١ وسعر العرض ث٢) ، وإذا ما تم ذلك سيقوم المنتجين بإنتاج الكمية ك٢ وبيعها بالسعر المحدد جبرياً ث١.

وتجدر الإشارة إلى أنه عندما تتبع الحكومة سياسة الحد الأعلى للسعر يكون دافعها لذلك دوافع اجتماعية لصالح المستهلكين..

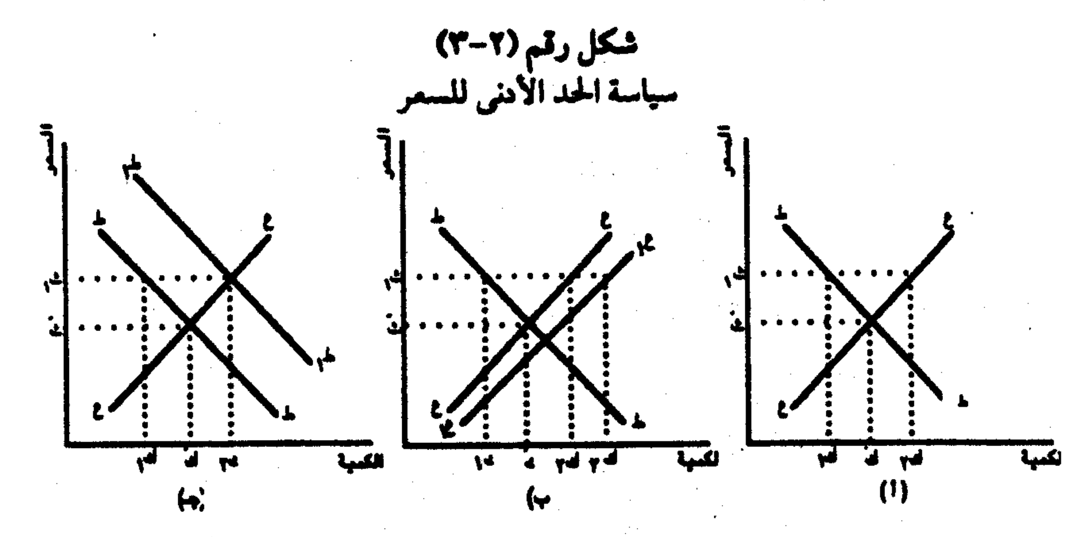
١-٢ : سياسة الحد الادنى للسعر[1]:

يتحدد سعر التوازن فى السوق عند السعر ثَ ، عندما يتقاطع منحنى الطلب ط ط مع منحنى العرض ع ع كما فى الشكل رقم (٢-٣/ أ) ، وتجد

(1) Minimum Price : Price Floor.

الحكومة أن هذا السعر منخفض بالنسبة للمنتجين فتتدخل بتحديد سعر أعلى من سعر التوازن ، وليكن ث$_1$ ويكون السعر ث$_1$ حداً أدنى للسعر لايمكن لأيٍ من المشترين الشراء بأقل من هذا السعر.

شكل رقم (٢-٣)
سياسة الحد الأدنى للسعر



ويترتب على تحديد الحكومة حداً أدنى للسعر (ث$_1$ > ثَ) نتيجتين : حيث سيؤدى هذا السعر المرتفع المحدد جبرياً إلى انخفاض الكمية المطلوبة من كَ إلى ك$_1$ ، وزيادة الكمية المعروضة من كَ إلى ك$_2$ ، ويظهر فائض عرض فى السوق مقداره ك$_1$ ك$_2$.

وقد يترتب على ضمان الحكومة لسعر مرتفع للمُنْتِج إلى زيادة الكمية المعروضة عند أى سعر عن الكمية التى كان من الممكن عرضها عند الأسعار القديمة ، أى أن العرض سيزداد وينتقل منحنى العرض إلى اليمين ليصبح ع$_1$ع$_1$ كما فى الشكل رقم (٣-٢/ ب) ، ومن ثم تصبح الكمية المعروضة عند السعر الجبرى ث$_1$ هى الكمية ك$_3$ ويزداد فائض العرض ليصبح ك$_1$ ك$_3$ بدلاً من ك$_1$ ك$_2$.

وإذا لم تتمكن الحكومة من التعامل مع فائض العرض ك$_1$ ك$_2$ أو (ك$_1$ ك$_3$) بسياسة مساندة ، فسيدفع فائض العرض إلى انخفاض السعر فى السوق مرة أخرى. ولعل من أهم الإجراءات المساندة التى يمكن للحكومة إتباعها فى هذا الخصوص إحدى السياستين التاليتين :

١) تحديد حصص إنتاج للمنتجين فى السوق تكون أقل من الكميات التى يرغبون فى عرضها عن السعر الجبرى $ث_{١}$ وتجبرهم على التقييد بتلك الحصص لتتعادل الكمية المعروضة مع الكمّية المطلوبة $ك_{١}$ وهى الكمية المطلوبة عند السعر الجبرى $ث_{١}$.

٢) تقديم حوافز مالية ونقدية وتسهيلات إدارية للمنتجين لتوجيه فائض العرض المتحقق إلى الأسواق الخارجية ، من خلال تشجيع الصادرات.

٣) تقوم الحكومة بشراء فائض العرض عند السعر الجبرى $ث_{٢}$ والذى يعادل الكمية $ك_{١}$ $ك_{٢}$ أو ($ك_{١}$ $ك_{٣}$) وتقوم بتخزينه ، لتتولى هى نيابة عن المنتجين تصدير هذا الفائض للخارج ، أو لاستخدام هذا المخزون فى سنوات قادمة قد يحدث بها عجز فى العرض من هذا المُنتَّج، وفى جميع الحالات ستتحمل الحكومة أعباء مالية ضخمة عند إتباع تلك السياسة .

وإذا تمكن المتنجين من الإنضمام فى إطار تنظيمى معين يمكنهم من إتباع سياسات للإعلان والترويج[1]، فسيترتب على ذلك انتقال منحنى الطلب إلى اليمين (زيادة الطلب) وسوف يختفى فائض العرض $ك_{١}$ $ك_{٢}$، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٣-٢/ جـ) حيث ينتقل منحنى الطلب إلى اليمين $ط_{١}$ $ط_{١}$ ويتقاطع مع منحنى العرض عند الكمية $ك_{٢}$ لتتعادل الكمية المعروضة مع الكمية المطلوبة عن السعر الجبرى $ث_{٢}$.

وتجدر الإشارة إلى أنه عندما تتبع الحكومة سياسة الحد الأدنى للسعر يكون دوافعها لذلك دوافع اقتصادية لصالح المتجين.

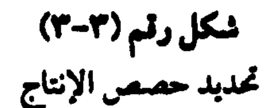
وكثيراً ما تحدث هذه الحالة فى الدول المتقدمة فى القطاع الزراعى، حيث يؤدى التطور الاقتصادى إلى التحول من الزراعة إلى الصناعة ، ويحدث فى كثير من

(١) ولكن ذلك لن يتحقق إلا إذا انخفضت درجة المنافسة فى السوق لتنتقل من نموذج سوق منافسة كامل إلى نموذج سوق منافسة احتكارية أو سوق منافسة قلة.

الأحيـان أن تنخفض الدخـول النسبـية للمزارعـين بالمقارنة بالقطاعـات الأخرى فى الاقتصـاد القومى، وذلك نتيجـة لزيادة المعروض من السلع الزراعية بالنسـبة للطلب عليـها. وإذا ترك تحديـد الأسعار الزراعـية لقـوى العرض والطلب فـى السوق لأدى ذلك إلى انخفاض الأسـعار، ونظراً لرغبة الحكومة فى ضمـان دخل معين للمزارعين فإنها تفرض سعر أعلى من السعر الذى يتحدد بناء على قوى العرض والطلب(١).

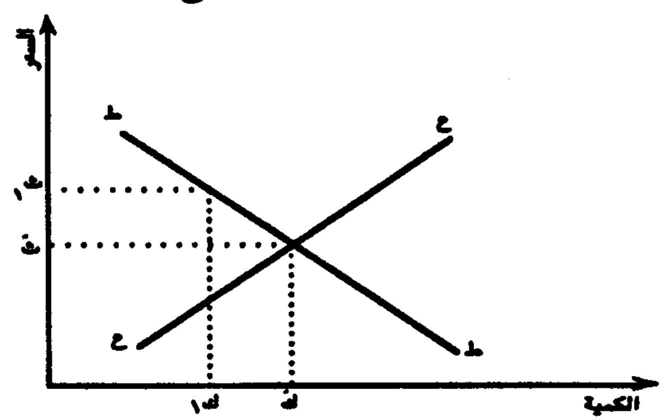
١-٣ : سياسة حصص الإنتاج :

كما أشرنا قد تتبع الحكومة سياسة غير مباشرة لتصحيح سعر السلعة فى السوق لصالح المنتجين ، وذلك من خلال تطبيق نظام حـصص الإنتاج ، فعندما تجد الحكومة أن السعـر ثَ - الذى يتحدد من تقاطع منحنى العرض ع ع مع منحنى الطلب ط ط فى الشكل رقم (٣-٣) - سعراً منخفضاً بالنسبة للمنتجين .



شكل رقم (٣-٣)

تحديد حصص الإنتاج



وهنا تتدخل الحكومة بشكل غير مباشـر للعمل على رفع السعر ، وذلك بتحديد حصـة إنتاج مـقدارها ك١ وهى أقل من الكمـية التوازنيـة ، ومن ثم يرتفع السـعر فى السوق ليصل إلى السعر ث١ وهو سعر أعلى من سعر التوازن. وفى نفس الوقت قد يكون هناك تدخل حكومى لتـحديد حـصة إنتـاج لكل منتج من المنتجين للسلـعة فى

(١) محمد سـلطان أبوعلى، هناء خيرالدين ، *الأسعار وتخصيص الموارد* (القاهرة: المؤلفان، ١٩٩١) ص ٣٧.

السـوق ، وهى عادة ستكون أقل من الكميـة يريد المنتج إنتاجـها عند التـوازنى ثَ ، لتحافظ على ألا تزيد حصة الإنتاج الكلية فى السوق عن الحصة المحددة ك١ . لأنه لو تركت الحرية للمنتـجين لقام كل منهم بزيادة الكميـة المنتجة من السلعـة عندما يرتفع السعر إلى ث١ سعياً إلى زيادة أرباحهم الفردية ، ولكن لو حدث هذا فسيترتب عليه مزيد من الانخفـاض فى السعر ، وبالتالى انخـفاض أرباح المنتجين فى مجـموعهم ، ولعل إدراك المنتجين لهذا الفخ قد يجعـلهم يلتزمون بالحصص المحددة لهم ، لأن فى هذا الالتزام تحقيقاً لمصالحهم الجماعية .

٢ : فرض الضرائب ومنح الإعانات:

يؤثر فـرض الضرائب ومنح الإعـانات الحكوميـة على منحنى تكاليف المنشأة، ومن ثم يؤثر على منحنى العـرض السوقى، حيث يؤدى فرض الضـرائب إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج ، وبالتالى انخـفاض العرض أى انتقال منحنى العرض جـهة اليسار، بينمـا يؤدى منح الإعانات الحكومـية إلى انخفـاض تكاليف الإنتاج ، وبالـتالى زيادة العرض أى انتقال منحنى العرض جهة اليمين، ويمكن تحليل الآثار المترتبة على فرض الضرائب ومنح الإعانات على توازن السوق فى المنافسة الكاملة على النحو التالى :

٢-١ : تأثير فرض الضرائب على توازن السوق:

قد يكون الـهدف وراء قيـام الحكومة بفـرض ضريبـة نوعية علـى مُنتَّج معين ، الرغبة فى تحقـيق إيرادات ضريبية للموازنة العامة للدولة ، وقـد يكون الهدف ترشيد الطلب على ذلك المُنتَّج بتقـييد سلوك المستهلكـين ، أو تحقيق كفاءة اسـتخدام الموارد المستخدمة فى إنتاج المُنتَّج بتقييد سلوك المنتجين.

يترتب على فـرض ضـريبـة نوعـيـة[1] على السلعـة زيادة تـكاليف إنتـاج هذه السلعة، وبالتالى انخفاض عرض هذه السلعة فى السوق وينتقل منحنى العرض جهة اليسـار إلى أعلى بمقدار الضـريبة المفروضـة على وحدات السلعة . ويمـكن تتبع آثار

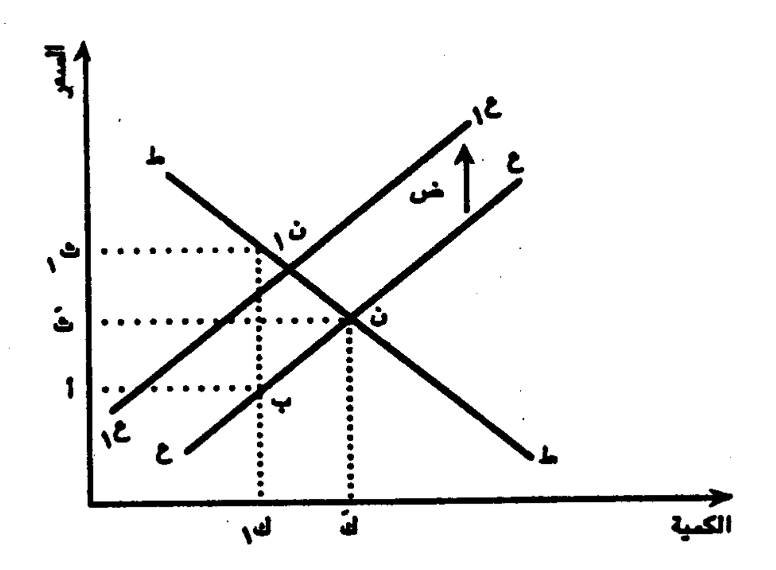
---

(١) وهى مقدار ثابت يفرض على كل وحدة منتجة من السلعة ومن أمثلتها ضريبة المبيعات.

فرض الضريبة على كلٍ من سعر وكمية التوازن فى السوق وكذلك على إيرادات الحكومة ، وعلى توزيع عبء الضريبة ما بين المنتج والمستهلك ، بتحليل الشكل رقم (٤-٣).

شكل رقم (٤-٣)

أثار فرض ضريبة نوعية على توازن السوق



ففى الشكل (٤-٣) يتحقق التوازن لسوق المُنتَج عند النقطة (ن) عندما يتقاطع منحنى الطلب ط ط مع منحنى العرض ع ع ويكون السعر التوازنى ثَ والكمية التوازنية كَ . ويترتب على فرض ضريبة انتقال منحنى العرض جهة اليسار إلى أعلى ليصبح ع١ع١ ، ويكون منحنى العرض بعد الضريبة ع١ع١ موازياً لمنحنى العرض قبل الضريبة ع ع وتمثل المسافة الرأسية بين المنحنيين مقدار الضريبة .

ويتحقق توازن السوق بعد فرض الضريبة عند النقطة (ن١) عندما يتقاطع منحنى العرض ع١ع١ مع منحنى الطلب ط ط ويكون السعر التوازنى ث١ وهو أعلى من السعر قبل فرض الضريبة بالمقدار ثَ ث١ ويمثل هذا المقدار عبء الضريبة على المستهلك[1]، ويلاحظ أن عبء الضريبة على المستهلك ثَ ث١ أقل من مقدار

(١) مقدار ما يتحمله المستهلك من الضريبة المفروضة على السلعة .

الضريبة ب ن$_1$ ويتحمل المنتج الفرق بين الضريبة ومقدار الزيادة السعرية التى يتحملها المستهلك ، وبالتالى يكون عبء الضريبة على المنتج هو المقدار أ ثَ .

ولحساب مقدار حصيلة الضريبة التى ستدخل إلى جانب الإيرادات فى الموازنة العامة نتيجة فرض هذه الضريبة ، نضرب الكمية المباعة من السلعة عند التوازن السوقى بعد فرض الضريبة و ك$_1$. فى مقدار الضريبة النوعية (ض) وهى تعادل المسافة الرأسية بين منحنى العرض بعد الضريبة ع$_1$ع$_1$ ومنحنى العرض قبل الضريبة ع ع ، وهذه المسافة الرأسية المقابلة للكمية ك$_1$ هى ب ن$_1$. أى أن حصيلة الضريبة تعادل = و ك$_1$ × ب ن$_1$ وتعادل مساحة المستطيل أ ب ن$_1$ ث$_1$.

ويلاحظ أنه كلما ارتفعت قيمة مرونة الطلب أو مرونة العرض سيكون انخفاض الكمية المترتب على فرض الضريبة كبيراً، مما يعنى انخفاض حصيلة الضريبة . أى أن حصيلة الضريبة تتناسب عكسياً مع قيمة مرونة الطلب ومرونة العرض، ويمكن استنتاج ذلك من تحليل الشكل رقم (٥-٣).

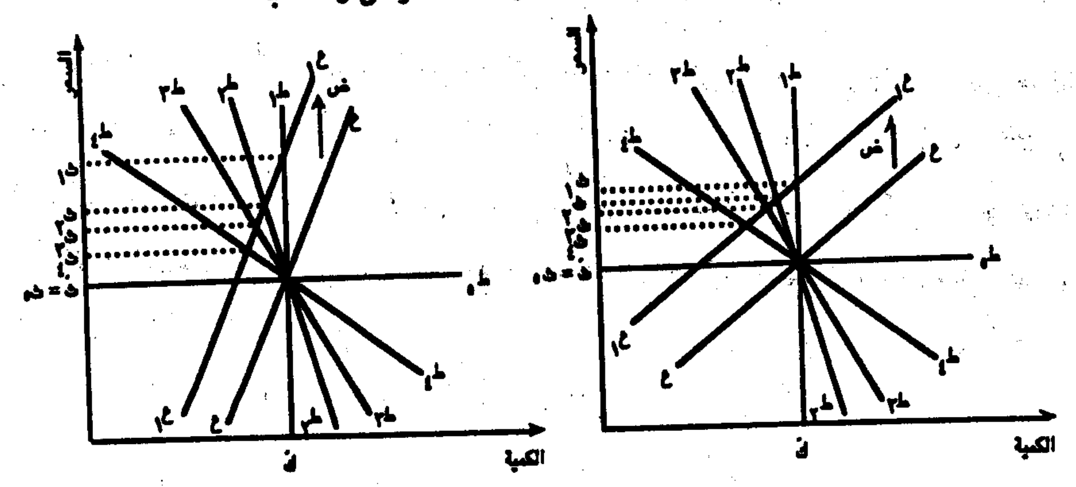
ويتضح لنا من هذا التحليل أن عبء الضريبة العينية المفروضة على وحدات السلعة يتوزع ما بين المستهلك والمنتج ، ويتوقف مقدار نصيب كل منهما من عبء الضريبة على القيمة المطلقة لميل منحنى العرض ومنحنى الطلب، أى على مقدار مرونة منحنى الطلب ومنحنى العرض[1].

ويلاحظ أنه كلما كان العرض كبير المرونة والطلب قليل المرونة يتحمل المستهلك الجزء الأكبر من عبء الضريبة ، كما يتضح فى الشكل رقم (٥-٣/أ) . وكلما كان العرض قليل المرونة والطلب كبير المرونة يتحمل المنتج الجزء الأكبر من عبء الضريبة ، كما يتضح من الشكل رقم (٥-٣/ ب) .

---

(١) تعتبر الإعانة ضريبة سالبة ، وبالتالى فإن بحث آثارها على توازن السوق سيكون بنفس أسلوب بحث آثار الضرائب على توازن السوق، مع مراعاة أن آثار الإعانة على توازن السوق ستكون فى عكس اتجاه الآثار التى تتركها الضرائب على توازن السوق.

شكل رقم (٥-٣)
آثار فرض ضريبة على توازن السوق
فى ضوء اختلاف مرونات العرض والطلب



أ) حالة عرض كبير المرونـــة مع اختلاف مرونات الطلب

ب) حالة عرض قليل المرونـــة مع اختلاف مرونات الطلب

وفى جميع أحوال منحنى العرض (ماعدا العرض لانهائى المرونة)[1] يتزايد عبء الضريبة على المستهلك كلما قلت مرونة منحنى الطلب، ليتحمل المستهلك عبء الضريبة بالكامل عندما تصل مرونة الطلب إلى الصفر (الطلب عديم المرونة) .

٢-٢ : تأثير منح إعانات إنتاج على التوازن فى السوق:

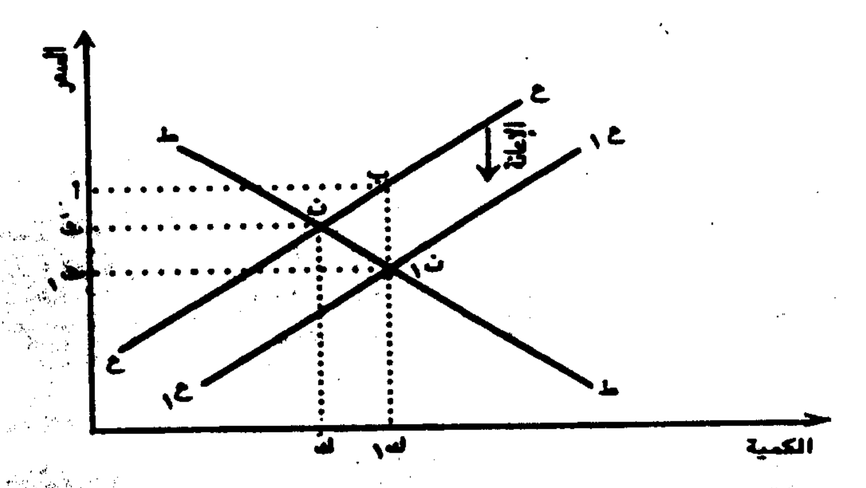
قد يكون الهدف وراء قيام الحكومة بمنح إعانة إنتاج لمنتجى مُنتَج معين الرغبة فى تشجيع المنتجين لزيادة عرض (إنتاج) هذا المُنتَج لإشباع احتياجات السوق المحلية، أو لتشجيعهم للتوسع فى صادرات هذا المُنتَج.

يترتب على منح إعانة إنتاج لسلعة معينة انخفاض تكاليف إنتاج هذه السلعة ، وبالتالى زيادة عرض هذه السلعة فى السوق، وينتقل منحنى العرض جهة اليمين إلى

(١) عندما يكون منحنى العرض لانهائى المرونة فإنه فى جميع حالات مرونة الطلب سيتحمل المستهلك كامل عبء الضريبة .

أسفل بمقدار الإعانة الممنوحة لوحدات السلعة . ويمكن تتبع آثار منح الإعانة على كلٍ من سعر وكمية التوازن فى السوق، وكذلك على حجم الإنفاق العام على هذه الإعانة ، وعلى مدى استفادة كلٍ من المنتج والمستهلك من تلك الإعانة ، بتحليل الشكل رقم (٦-٣).

شكل رقم (٦-٣)
أثار منح إعانة إنتاج على توازن السوق



ففى الشكل رقم (٦-٣) يتحقق التوازن لسوق المُنتَج عند النقطة (ن) عندما يتقاطع منحنى الطلب ط ط مع منحنى العرض ع ع ويكون السعر الوازنى ثَ والكمية التوازنية كَ . ويترتب على منح إعانة إنتاج انتقال منحنى العرض جهة اليمين ليصبح ع١ع١ ، ويكون منحنى العرض بعد الإعانة ع١ع١ موازياً لمنحنى العرض قبل الإعانة ع ع ، وتمثل المسافة الرأسية بين المنحنين مقدار الإعانة .

ويتحقق توازن السوق بعد الإعانة عند النقطة ن١ عندما يتقاطع منحنى العرض ع١ع١ مع منحنى الطلب ط ط ويكون السعر التوازنى ث١ ، وهو أقل من السعر قبل منح الإعانة بالمقدار ثَ ث١ ، ويمثل هذا المقدار الجزء الذى وصل إلى المستهلك من مقدار الإعانة.

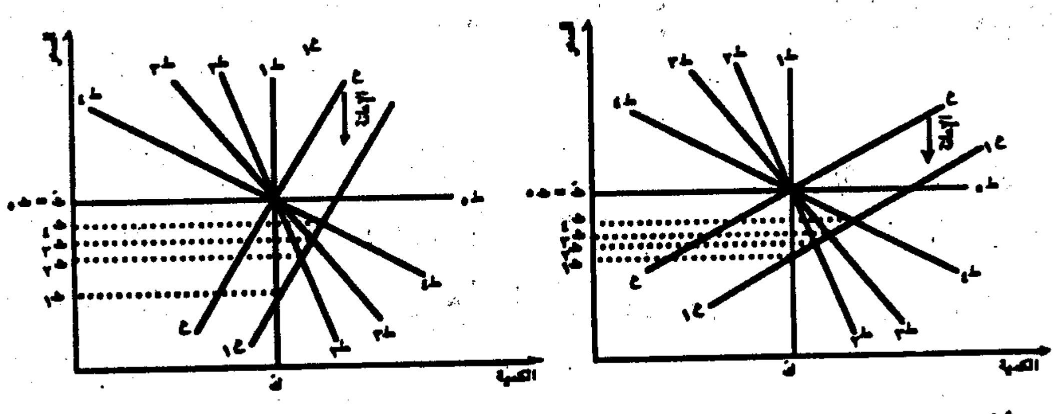
ويلاحظ أن مقدار الإعانة الذى وصل للمستهلك ثَ ث١ أقل من مقدار الإعانة

ب ن١ ، ويحصل المنتج على الفرق بين مقدار الإعانة ومقدار الانخفاض فى السعر الذى استفاد به المستهلك ، وبالتالى يكون المقدار أ ثَ هو المقدار الذى وصل إلى المنتج من مقدار الإعانة .

ولحساب التكلفة التى تتحملها الموازنة العامة للدولة من جراء منح هذه الإعانة، نضرب الكمية المباعة من السلعة عند التوازن السوقى بعد منح الإعانة(و ك١) فى مقدار الإعانة ، وهى تعادل المسافة الرأسية بين منحنى العرض بعد الإعانة ع١ع١ ومنحنى العرض قبل الإعانة ع ع ، وهذه المسافة الرأسية المقابلة للكمية ك١ هى ب ن١، أى أن تكلفة الإعانة تعادل (و ك١ × ب ن١) ، وتعادل تكلفة الإعانة مساحة المستطيل أ ب ن١ ث١.

وتجدر الإشارة إلى أنه كلما ارتفعت قيمة مرونة الطلب أو مرونة العرض ستكون زيادة الكمية المترتبة على منح الإعانة كبيراً، مما يعنى زيادة تكلفة الإعانة . أى أن تكلفة الإعانة تتناسب طردياً مع قيمة مرونة الطلب ومرونة العرض، ويمكن استنتاج ذلك من تحليل الشكل رقم (٧-٣).

شكل رقم (٧-٣)
أثار منح إعانة إنتاج على توازن السوق
فى ضوء اختلاف مرونات العرض والطلب



أ) حالة عرض كبير المرونة
مع اختلاف مرونات الطلب

ب) حالة عرض قليل المرونة
مع اختلاف مرونات الطلب

وتتوزع الإعانة الممنوحة لوحدات السلعة ما بين المستهلك والمنتج ، ويتوقف مقدار نصيب كلٍ منهما من الإعانة على القيمة المطلقة لميل منحنى العرض والطلب ، أى على قيمة مرونة منحنى العرض ومنحنى الطلب.

ويلاحظ أنه كلما كان العرض كبير المرونة والطلب قليل المرونة يحصل المستهلك على الجزء الأكبر من الإعانة ، كما يتضح من الشكل رقم (٧-٣/أ) . وكلما كان العرض قليل المرونة والطلب كبير المرونة يحصل المنتج على الجزء الأكبر من الإعانة كما يتضح من الشكل رقم (٧-٣/ ب) .

وفى جميع أحوال منحنى العرض (ماعدا العرض لانهائى المرونة)[١] يتزايد نصيب المستهلك من الإعانة كلما قلت مرونة منحنى الطلب، ليحصل على كامل الإعانة عندما تصل مرونة منحنى الطلب إلى الصفر (الطلب عديم المرونة).

٣ : تفاعل أسواق المنتجات الوسيطة والمنتجات النهائية :

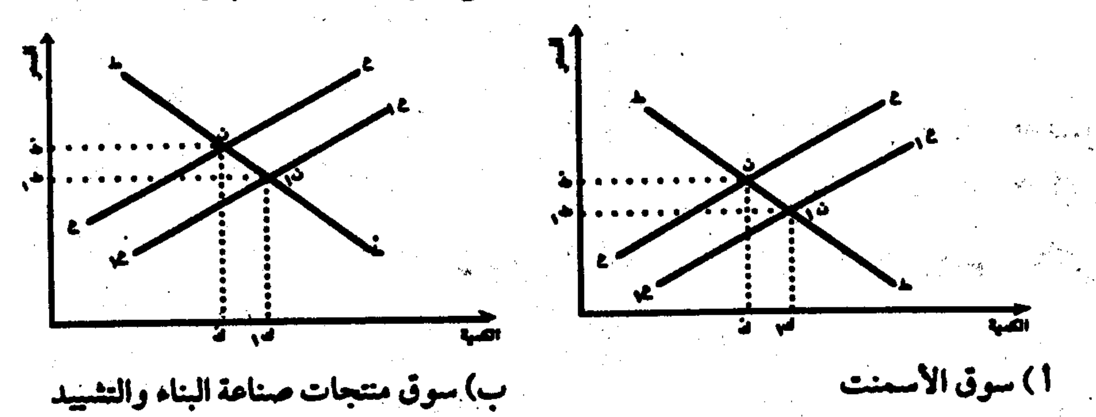
ترتبط المنتجات الوسيطة بالمنتجات النهائية بعلاقة طردية بين جانب الطلب على كليهما ، وكذلك بين جانب العرض على كليهما ، وأيضاً بين سعر كليهما ، وذلك لأن الطلب على المنتجات الوسيطة يعد طلب مشتق من الطلب على المنتجات النهائية، فالطلب على حديد التسليح والأسمنت وجميع مواد البناء هو طلب مشتق من الطلب على منتجات صناعة البناء والتشييد من مساكن ومبانى وحدات إنتاجية وخدمات البنية الأساسية .

فإذا جاء التغيير الأولى من سوق المُنَتَج الوسيط ، فسيكون ذلك من خلال تغيير جانب العرض فى سوق المُنَتَج الوسيط، وسنلاحظ وجود علاقة طردية بين عرض كلا المُنَتَجين (الوسيط والنهائى) ، وكذلك علاقة طردية بين كلا من سعرى المُنَتَجين.

---

(١) عندما يكون منحنى العرض لانهائى المرونة فانه فى جميع حالات مرونة الطلب سيحصل المستهلك على كامل الإعانة.

شكل رقم (٨-٣)
تأثير تغيرات العرض
فى أسواق المنتجات الوسيطة على أسواق المنتجات النهائية



ا) سوق الأسمنت

ب) سوق منتجات صناعة البناء والتشييد

ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل رقم (٨-٣) ، حيث يمثل الجزء (أ) من الشكل سوق سلعة الأسمنت ، إذ يتحقق التوازن فى سوق الأسمنت عندما يتقاطع منحنى طلب الأسمنت ط ط مع منحنى عرض الأسمنت ع ع ويكون السعر (التوازنى) السائد فى سوق الأسمنت هو السعر ثَ.

ويمثل الجزء (ب) من الشكل سوق منتجات صناعة البناء والتشييد وليكن سوق المبانى السكنية ، إذ يتحقق التوازن فى سوق سلعة المبانى السكنية عندما يتقاطع منحنى طلب المبانى السكنية ط ط مع منحنى عرض المبانى السكنية ع ع ، ويكون السعر (التوازنى) السائد فى سوق المبانى السكنية هو ثَ.

فإذا زاد عرض سلعة الأسمنت بسبب إنشاء مصانع جديدة (زيادة عدد المنتجين) مثلاً ، فينتقل منحنى عرض الأسمنت إلى اليمين ليصبح ع١ع١ كما فى الشكل (٨-٣/أ) ، ومع ثبات الطلب على الأسمنت ينخفض سعر الأسمنت فى السوق من ثَ إلى ث١ . ويترتب علي انخفاض سعر الأسمنت - والذى يعد أحد مدخلات صناعة البناء التشييد - إلي انخفاض تكاليف إنتاج المبانى السكنية مما يؤدى إلى زيادة عرض المبانى السكنية إلى ع١ع١ كما فى الشكل (٨-٣ / ب) ومع ثبات الطلب على المبانى السكنية ينخفض سعر هذه السلعة من ثَ إلى ث١.

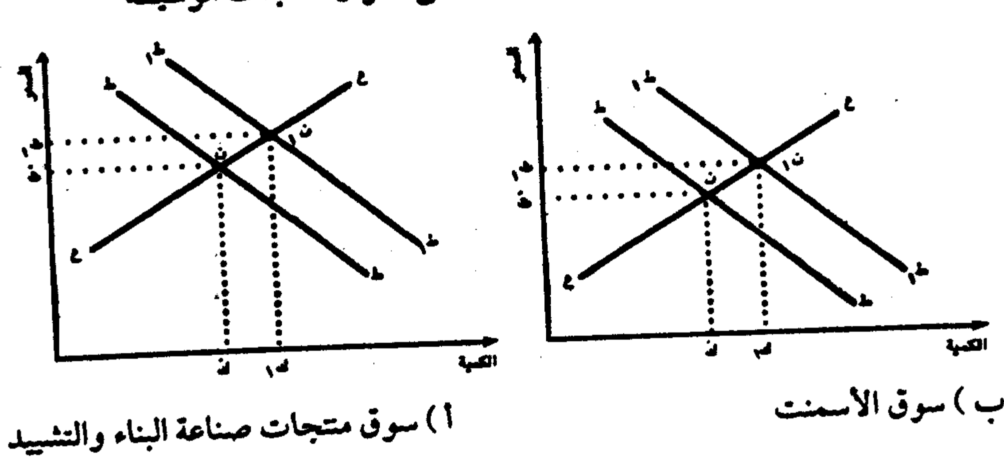
وعندما ينخـفض العرض فى سـوق المُنتَج الوسيط ينخـفض سعره ، وسـيتبـعه انخفـاض العرض فى سـوق المُنتَج النهائى والذى سينخـفض سعـره كذلك ، ويمكن إثبات ذلك بنفس الأسلوب المتبع فى الشكل (٨-٣).

وعلى الجانب الآخر إذا جاء التغييـر الأولى من سوق المُنتَجات النهائية فـسيكون ذلك من خلال تغيـر جانب الطلب فى سوق المُنتَج النهائى، وسنلاحظ وجـود علاقة طردية بين الطلب عـلى كلا المُنتَجين ، وكذلـك علاقـة طردية بين كـلا من سـعـرى المُنتَجين . وذلك كما يوضحه الشكل رقم (٩-٣).

يمثل الجزء (أ) من الشكل (٩-٣) سـوق المُنتَج النهائى (المبـانى السكنية) ، ويتـحقـق توازن هذه السوق عنـدما يتـقـاطع منحنى طلب المبـانى السكنيـة ط ط مع منحنى عـــرض المبانى السكنيـة ع ع ويكون السعر (التوازنى) السـائـد فى السوق هو ثَ.

ويمثل الجزء (ب) من الشكل سوق المُنتَج الوسـيط (الأسمنت) ، ويتحقق توازن هذه السوق عندما يتقاطع مـنحنى طلـب الأسمنت ط ط مع منحنى عرض الأسمنت ع ع ، ويكون السـعر (التوازنى) السائد فى السوق هو السعر ثَ.

شكل رقم (٩-٣)
تأثير تغيرات الطلب
فى أسواق المنتجات النهائية على أسواق المنتجات الوسيطة



أ) سوق منتجات صناعة البناء والتشييد

ب) سوق الأسمنت

فإذا زاد الطلب على سلعة المبانى السكنية بسبب زيادة عدد السكان أو متوسط الدخل الفردى مثلاً فينتقل منحنى الطلب إلى اليمين ليصبح ط١ ط١ ، كما فى الجزء (أ) من الشكل (٩-٣) ، ومع ثبات عرض المبانى السكنية ع ع يرتفع سعر المبانى السكنية فى السوق من ثَ إلى ث١ . ويترتب على زيادة الطلب على المبانى السكنية زيادة الطلب على الأسمنت كمنتج وسيط، مما يؤدى إلى زيادة الطلب على الأسمنت ليصبح ط١ ط١ ، كما فى الشكل (٩-٣/ ب) ومع ثبات عرض سلعة الأسمنت ع ع ، يزداد سعر هذه السلعة من ثَ إلى ث١ .

وعندما ينخفض الطلب فى سوق المُنتَج النهائى سينخفض سعره ، وسيتبعه انخفاض الطلب فى سوق المنتج الوسيط ، وسينخفض سعره كذلك ، ويمكن إثبات ذلك بنفس الأسلوب المتبع فى الشكل (٩-٣).

الباب الثاني

سلـــــوك المستهـلـك
في إطار قواعد السوق الحر

- منحنيات السواء وتفسير سلوك المستهلك
- تطبيقات اقتصادية لتحليل منحنيات السواء
- نظرية التفصيل المستوحي وتفسير سلوك المستهلك

مقدمـــة :

تهتم دراسة سلوك المستهلك أساساً بتحليل الطريقة التى يوزع بها المستهلك دخله النقدى بين مختلف السلع والخدمات التى يحتاجها، ويتطلب ذلك دراسة كيفية اتخاذ المستهلك قراره بشراء كميات أكبر من سلعة وكميات أقل من سلعة أخرى، ليصل فى النهاية إلى شراء توليفة معينة من مختلف السلع والخدمات دون توليفات عديدة آخرى تتاح أمامه.

ويقدم تحليل سلوك المستهلك إجابات على التساؤلات التالية : لماذا يشترى الفرد هذا المُنتَّج (سلعة أو خدمة) ، ولايشترى ذلك؟ ، ولماذا اشترى منه كمية معينة ، ولم يزد عنها ولم يقلل منها؟ ، وهل هو راضٍ عما اشتراه ولا يرضى عنه بديلاً ؟ ، أم أنه غير متقبل لهذا الوضع وسيحاول تغييره؟ ، ولماذا اكتفى بكمية معينة من مُنتَّج ما ثم انتقل بعد ذلك إلى شراء وحدات من مُنتَّج آخر؟

ويتم تحليل سلوك المستهلك فى ضوء عدة افتراضات نلجأ إليها للتبسيط، كما أن تلك الافتراضات تسهل الوصول إلى الأثار التى تتركها متغيرات معينة على سلوك المستهلك، وأهم تلك الافتراضات ، ما يلى:-

١) الرشد الاقتصادى : إذ يفترض أن المستهلك رشيد عند اتخاذ قراراته الاستهلاكية ، أى أنه يُعمِل عقله ولايترك الأمر لعواطفه وأحاسيسه، ومن ثم فإنه يفضل الكميات الأكبر على الكميات الأقل. فإذا وُضع الفرد أمام خيارين متاحين له : الأول الحصول على ٤ وحدات من سلعة معينة ، والثانى الحصول على ٥ وحدات من نفس السلعة دونما أية أعباء إضافية ، فإذا كان المستهلك رشيداً فإنه يفضل الخيار الثانى، أى الحصول على ٥ وحدات من السلعة ، أما إذا كان سفيها أو معتوها أو مجنوناً فإنه يمكن أن يفضل الخيار الأول ، أى الحصول على ٤ وحدات من السلعة .

ومن ثم فإن المستهلك العادى يفترض أنه على بينة تامة من أمر تفضيلاته

لمختلف السلع والخدمات المعروضة فى السوق، ويتوافر لدى المشترين فكرة واضحة عن مقدار المنفعة الحدية التى يحصل عليها من الوحدات المتعاقبة لمختلف السلع التى قد يتجه لشرائها.

٢) المنطق : يفترض أن قرارات المستهلك منطقية لاتتعارض مع بعضها البعض، أى أن الفرد إذا فضل سلعة الفول على الأرز، وفضل سلعة الأسماك على سلعة الفول، فمن المنطقى أنه سيفضل سلعة الأسماك على سلعة الأرز.

٣) تعظيم الإشباع : أتساقاً مع الافتراضين السابقين ، يفُترض أن يكون هدف المستهلك من جميع قراراته الاستهلاكية هو تعظيم الإشباع، أى الحصول على أقصى إشباع ممكن من أى سلعة أو خدمة يشتريها. أى أن المستهلك لايتخذ قراره بالشراء بطريقة عشوائية ، فهو لايشترى سلعة لمجرد أنها تلاقى هوى فى نفسه من حيث الشكل أو اللون، دونما تفكير فى مقدار المنفعة التى يمكن أن يحصل عليها من استهلاكه لتلك السلعة . ولكن المستهلك قبل أن يتخذ قراراً بالشراء لسلعة معينة لابد أن يكون فى ذهنه فكرة ما عن المنفعة التى يمكن أن تحققها له هذه السلعة وهل هناك سلعة أخرى ذات نفع أكبر أم لا ، ويفترض توافر المعلومات الكافية للمستهلك عن السلع المتاحة له. لذلك فإن المستهلك وهو بسبيل تحقيق أقصى إشباع ممكن ، سيحاول اتخاذ قرارين على نفس الدرجة من الأهمية :

- تحديد توليفة السلع والخدمات التى سيقوم بشرائها.
- تحديد الكميات التى سيقوم بشراؤها من كل سلعة أو خدمة .

ويستند ذلك إلى قاعدة مستقرة وهى : «أن رغبات المستهلك غير محدودة ولايمكن إشباعها كاملة فى حدود موارده المحدودة ، إلا أن حاجات المستهلك من سلعة أو خدمة معينة يمكن إشباعها بالكامل».

٤) محدودية الميزانية المتاحة للمستهلك للإنفاق على السلع المختلفة، وتتوقف هذه الميزانية على متغيرين أساسيين هما :

• **الدخل النقدى:** والدخل النقدى للمستهلك محدود، ذلك لأن الموارد الاقتصادية التي يعرضها سواءاً أكانت موارد بشرية أو موارد مملوكة ، محدودة ، ومن ثم فإن ما يحصل عليه من عوائد لقاء هذه الموارد سيكون محدداً ، وسواء وجد المستهلك نفسه فى أعلى قمة هرم الدخل أو فى القاعدة ، فإن ما يحصل عليه من دخل هو مبلغ معين ، وباستثناء أفراد قلائل فى العالم ، فإن المستهلك يواجه قيوداً تفرضها ميزانيته المحدودة (الدخل).

• **الأسعار :** ويحدد أسعار السلع والخدمات المعروضة على المستهلك تفاعل العرض والطلب ويفترض أن أسعار المنتجات لا تتأثر بالكمية التى يشتريها المستهلك الفرد من سلع معينة حيث تسود المنافسة الكاملة فى جانب الطلب بالسوق.

وتعتبر النظريات المستخدمة في تحليل سلوك المستهلك من أقدم النظريات الاقتصادية، فقد ظهرت نظرية المنفعة واستخدمت في تحليل سلوك المستهلك عام ١٨٧٠ في إنجلترا والنمسا وسويسرا في وقت واحد علي يد «ستنالي جيفونز» في انجلترا و«كارمنجر» في النمسا و«ليون فالراس» في فرنسا، وفي أغلب الظن أن أي منهم لم يتأثرب الآخر فيما نشر[١]. وأستحدث بعد ذلك أسلوب جديد لتحليل سلوك المستهلك وهو «تحليل منحنيات السواء». ويمكن إرجاع الفكرة الأولي في استخدام منحنيات السواء إلي الاقتصادي البريطاني «إدجوورث»[٢] فهو أول من قدم فكرة منحنيات السواء في عام ١٨٨١ ، وقد لجأ من بعده الاقتصادي الإيطالي

---

(1) Richard H. Leftwich, The Price System and Resource Allocation (New York: Holt, Rinehart and Winston, Revised edition, 1962) P. 49.

(2) Francis Y. Edgeworth, ***Mathematical Physics*** (London: C.K. Paul & Co., (1881).

«باريتو»[1] إلي استخدام منحنيات السواء في عام ١٩٠٦، ولكنها لم تدخل في نطاق التحليل الاقتصادي حتي عام ١٩٣٠، ويرجع الفضل للاقتصاديان البريطانيان «هيكس» و«آلن»[2] في استخدام منحنيات السواء علي نطاق واسع في التحليل الاقتصادي في الثلاثينيات من القرن العشرين، ومنذ ذلك الحين أصبحت منحنيات السواء من الأدوات التحليلية الهامة المستخدمة في التحليل الاقتصادي الحديث، ويعتبر تحليل منحنيات السواء أسلوب مكمل وبديل لنظرية المنفعة . ويطلق علي نظرية المنفعة اصطلاح المنفعة العددية Cardinal Utility بينما يطلق علي تحليل منحنيات السواء اصطلاح المنفعة الترتيبية Ordinal Utility . ومع نهاية أربعينيات القرن العشرين ظهر أسلوب جديد لتحليل سلوك المستهلك ، وهو نظرية التفضيل المستوحي Revealed Preference علي يد الاقتصادي الأمريكي «سامولسون» في عام ١٩٤٨، وساهم الاقتصادي الهولندي الأصل «هاوتاكر» في ظهور تلك النظرية. وفي منتصف سيتينيات القرن العشرين أدخل «فون نيومان» و«مورجنسترن» نظرية المباريات في تحليل سلوك المستهلك[3]. وتقوم هذه النظرية علي فكرة المنفعة القابلة للقياس، وتطبق في حالات الاختيار بين بدائل مختلفة في ظل ظروف المخاطرة وعدم التيقن.

وفي أواخر ستينيات وأوائل سبعينيات القرن العشرين أضاف «لانكستر» مدخل جديد لتحليل سلوك المستهلك وهو مدخل الصفات The attribute approach ، ويقوم مدخل الصفات علي أن افتراض أن المستهلك لايحصل علي المنفعة من كميات السلعة وحدها، ولكن يحصل علي المنفعة من الصفات

---

(1) Vilfredo Pareto, Manual d'economie Politique (Paris : V. Giard & E. Briete, 1909).

ونشر هذا الكتاب للمرة الأولي باللغة الإيطالية عام ١٩٠٦.

(2) John R. Hicks and R.C.D. Allen, "A Reconsideration of the Theory of Volue", ***Economica*** (Feb., May, 1943). pp. 52-76.

(3) Von Neumann and O. Morgenstern, Theory of Games and Economic Behavior (New York: John Wiley, Science edition, 1964).

والخصائص المجسدة في السلع أو المرتبطة بها، فـمثلاً منفعة السيارة ترجع رلي المنافع التي يحـصل عليهـا المستـهلك من صفـاتها بالنقل والراحـة الهيـبة والاقـتدار وحب الظهور والصفات الأخري المميزة التي يدركها ويقيمها المستهلك[1]

ويوضح العرض السابق أن الفكر الاقتصـادى فى مجال تحليل سلوك المستهلك قد أفرز ثلاث أساليب أسـاسية يمثل كل منها نموذجاً لتفسـير سلوك المستهلك ، وهذه الأساليب هى:

- تحليل المنفعة .
- تحليل منحنيات السواء.
- تحليل التفضيل المستوحى.

وسوف نتناول هذه الأسـاليب بالتحليل التـفصيلي في هـذه المرحلة من الدراسة في إطار من التطبيق على حالات من الواقع.

(1) - K. Lancaster, "A New Approach to Consumer Theory", ***Journal of Political Economy, Vo. 84*** (April 1966) pp.132-157.
- K. Lancoster, Consumer Demand: A New Approach (New York: Columbia University Press, 1971).

الفصل الرابع
منحنيات السواء
وتفسير سلوك المستهلك

تمثل منحنيات السواء أحد الأساليب التى يمكن استخدامها للتعرف على سلوك المستهلك عندما يتخذ قرارات شراء السلع والخدمات التى يرغبها ، وكما أشرنا من قبل فإن سلوك المستهلك يحكمه ثلاث متغيرات أساسية ، هى:

- أذواق وتفضيلات المستهلك .
- الدخل النقدى للمستهلك.
- أسعار السلع والخدمات.

وتعد منحنيات السواء تعبير بيانى عن ذوق المستهلك وتفضيلاته، وسيتم ترجمة متغيرى الدخل النقدى للمستهلك وأسعار السلع والخدمات فى أداة بيانية يطلق عليها خط الميزانية . ومن ثم يمكن القول بأن تحليل منحنيات السواء إن هو إلا تحليل بيانى لسلوك المستهلك.

١: منحنى السواء وخريطة السواء:

يمثل منحنى السواء توليفات أو مجموعات مختلفة من سلعتين (س) ، (س) تحقق للمستهلك مستوى متماثل من الإشباع أو المنافع، ومن ثم فإن جميع تلك المجموعات من السلعتين (س) ، (ص) التى تقع على منحنى سواء واحد تكون متساوية التفضيل بالنسبة للمستهلك ، أى أن المستهلك لايفضل مجموعة على مجموعة أخرى. ويمكن التعبير عن ذلك بحالة مستهلك يرغب فى شراء سلعتين (س) و(ص) وأمكنه تحديد المجموعات المختلفة من السلعتين التى تحقق له نفس المستوى من الإشباع على النحو المبين بالجدول رقم (١-٤):

جدول رقم (١-٤)

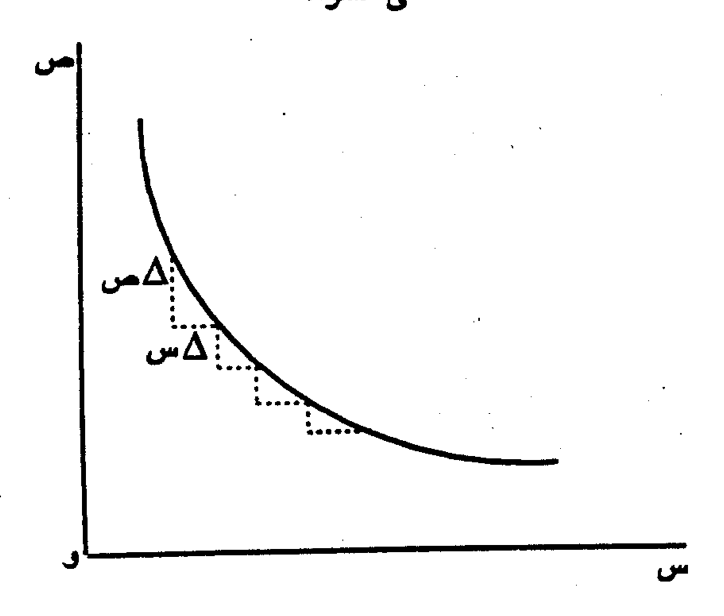
المجموعات متساوية الإشباع والتفضيل بالنسبة للمستلك

المجموعة أو التوليفة	أ	ب	جـ	د	هـ	و
السلعة ص	١٢	٨	٥	٣	٢	١,٥
السلعة س	١	٢	٣	٤	٥	٦
المعدل الحدي للإحلال		٤-	٣-	٢-	١-	٠,٥-

ويتضح من تحليل الجدول رقم (١-٤) أن المستهلك عندما يشترى التوليفة (أ) ، والتى تشتمل على ١٢ وحدة من السلعة (ص) ووحدة واحدة من السلعة (س) سوف يحصل على مستوى إشباع معين وليكن ١٠٠ وحدة منفعة. وكذلك فإن شراء المستهلك للتوليفة (ب) والتى تشتمل على ٨ وحدات من السلعة (ص) ووحدتان من السلعة (س) فإنه سيحصل على نفس مستوى الإشباع ١٠٠ وحدة منفعة ، وكذلك إذا اشترى التوليفة (جـ) والتى تشتمل على ٥ وحدات من السلعة (ص) وثلاث وحدات من السلعة (س) فإنه سيحصل على نفس مستوى الإشباع ١٠٠ وحدة منفعة ، ... وهكذا.

شكل رقم (١-٤)

منحنى السواء



وإذا قمنا بتمثيل بيانات الجدول رقم (١-٤) بيانياً فسنحصل على الصورة البيانية لمنحنى السواء والتى يمثلها الشكل البيانى رقم (١-٤) ، حيث يمثل المحور الأفقى الكميات التى يرغب المستهلك فى شرائها من السلعة (س) ، ويمثل المحور الرأسى الكميات التى يرغب المستهلك فى شرائهامن السلعة (ص) ، ويكون منحنى السواء منحدراً من أعلى إلى أسفل بسبب إحلال إحدى السلعتين محل الأخرى ومحدب تجاه نقطة الأصل بسبب تناقص المعدل الحدى للإحلال.

١-١ : المعدل الحدى للإحلال :

تقوم فكرة منحنى السواء أساساً على مبدأ الإحلال أى أن المستهلك يقوم بإحلال سلعة محل سلعة أخرى، فهو إذا رغب فى زيادة مشترياته من السلعة (س) سيكون مضطراً لخفض مشترياته من السلعة (ص) والعكس.

ويمثل المعدل الحدى للإحلال عدد الوحدات التى يضحى بها المستهلك من سلعة ولتكن (ص) مقابل زيادة استهلاكه من السلعة الأخرى، ولتكن (س) بوحدة واحدة. ومن ثم فإن المعدل الحدى للإحلال يحسب كالآتى:

$$\text{المعدل الحدى للإحلال} = \frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}}$$

ويجب أن تكون منفعة الكمية التى يتنازل عنها المستهلك من السلعة (ص) مساوية لمنفعة الكمية التى سيحصل عليها المستهلك من السلعة س، حتى يظل مستوى الإشباع المتحقق للمستهلك ثابتاً من جميع التوليفات، وهو ما يطلق عليه شرط تساوى الإشباع لجميع المجموعات التى تقع على نفس منحنى السواء. أى أن :

$$\Delta \text{ص} \times \text{م ح ص} = \Delta \text{س} \times \text{م ح س}$$

وبقسمة الجانب الأيمن من المعادلة على جانبها الأيسر، تكون النتيجة:

$$\frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}} = \frac{\text{م ح س}}{\text{م ح ص}}$$

وهذا يعنى أن المعدل الحدى للإحلال يمكن حسابه بطريقتين، إما عن طريق نسبة تغيرات السلعة (ص) مقسوماً على تغيرات السلعة (س) ، أو نسبة المنفعة الحدية للسلعة (س) منسوباً إلى المنفعة الحدية للسلعة (ص) . ويمثل المعدل الحدى للإحلال معدل التغير بين نقطتين على منحنى السواء، أى أنه يمثل ميل منحنى السواء.

ويتميز المعدل الحدى للإحلال بأنه متناقص باستمرار، أى أن المستهلك إذا كان مضطراً فى البداية لأن يتنازل عن ٤ وحدات من السلعة (ص) مقابل زيادة استهلاكه من السلعة (س) بوحدة واحدة ، فإنه سيتنازل بعد ذلك عن ثلاثة وحدات فقط من (ص) مقابل زيادة استهلاكه من السلعة (س) بوحدة واحدة ، وإذا رغب فى زيادة استهلاكه من السلعة (س) بوحدة جديدة سيتنازل عن وحدتين فقط من السلعة (ص) ، ... وهكذا. ويرجع تفسير ذلك إلى سريان قانون تناقص المنفعة الحدية على السلعتين (س) و(ص) ، حيث يترتب على تناقص الكميات المتاحة للمستهلك من السلعة (ص) تزايد المنفعة الحدية للوحدة من هذه السلعة، بينما يترتب على تزايد الكميات المتاحة للمستهلك من السلعة (س) تناقص المنفعة الحدية للوحدة من هذه السلعة . ومن ثم فإن المستهلك يتنازل عن سلعة منفعتها الحدية متزايدة فى مقابل الحصول على سلعة منفعتها الحدية متناقصة ، مما يجعله يتمسك بالسلعة الأولى ويخفض المعدل الحدى للإحلال بين السلعتين.

١-٢ : خصائص منحنيات السواء:

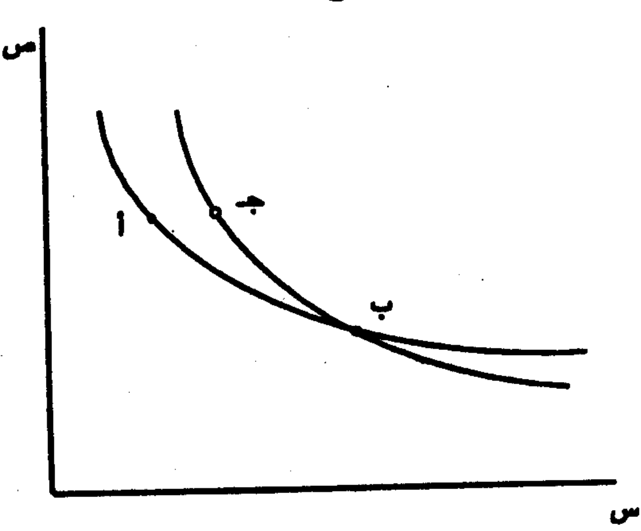
تتميز منحنيات السواء بثلاث خصائص أساسية هى:-

١) تنحدر منحنيات السواء من أعلى إلى أسفل جهة اليمين: وهذا يعنى أن منحنى السواء سالب الميل، ويرجع ذلك إلى أن زيادة الكمية التى يستهلكها الفرد من إحدى السلعتين تتطلب خفض الكمية التى يستهلكها من السلعة الأخرى حتى يحافظ على ثبات مستوى الإشباع على نفس منحنى السواء.

٢) تحدب منحنى السواء تجاه نقطة الأصل، ويرجع ذلك إلى تناقص القيمة المطلقة للمعدل الحدى للإحلال، كلما انتقل المستهلك من توليفة إلى أخرى على نفس منحنى السواء، كما سبق إثبات ذلك عند تحليل مفهوم المعدل الحدى للإحلال.

٣) عدم تقاطع منحنيات السواء: حيث يترتب على تقاطع منحنيات السواء أن تفقد خريطة السواء أهم خصائصها الكنتورية ، وهى تدرج الإشباع بالانتقال لأعلى أو لأسفل. ويمكن إثبات ذلك من خلال الشكل رقم (٢-٤).

شكل رقم (٢-٤)
إثبات خطأ تقاطع منحنيات السواء



يتضح من قراءة الشكل رقم (٢-٤) أن الكميات المقابلة للمجموعة (أ) من السلعتين (ص) و(س) تعطى نفس مستوى إشباع الكميات المقابلة للمجموعة (ب) من السلعتين (ص) و(س) ، لأن المجموعتين (أ) ، (ب) على نفس منحنى السواء.

كما أن الكميات المقابلة للمجموعة (ب) من السلعتين (ص) و(س) تعطى نفس مستوى إشباع الكميات المقابلة للمجموعة (جـ) من السلعتين (ص) و(س) ، لأن المجموعتين (جـ) و(ب)على نفس منحنى السواء.

ومن ثم يكون من المنطقى أن تعطى الكميات المقابلة للمجموعة جـ من السلعتين، (ص) و (س) نفس مستوى إشباع الكميات المقابلة للمجموعة أ من السلعتين (ص) و(س)، أى أن مستوى إشباع المجموعة (أ) يعادل مستوى إشباع المجموعة (جـ).

ولكن هذا غير صحيح ويمثل نتيجة خاطئة لأن المجموعة جـ تقع على منحنى سواء أعلى من المنحنى الذى تقع عليه المجموعة أ ، وبالتالى يكون مستوى إشباع المجموعة جـ أكبر من مستوى إشباع المجموعة (أ).

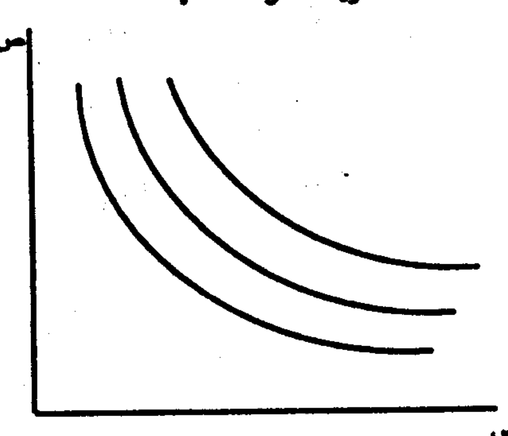
وبالتالى فإن تقاطع منحنيات السواء يعطى نتائج خاطئة ، ولذلك فإن عدم تقاطع منحنيات السواء يمثل خاصية أساسية لها، وإن كان ذلك لايعنى أن تكون منحنيات السواء متوازية ، إذ يمكن أن تتقارب ولكن لا يمكن أن تتقاطع.

١-٣ : خريطة السواء :

تمثل خريطة السواء مجموعة منحنيات السواء المختلفة الخاصة بالمستهلك ، وتمثل المستويات المختلفة للإشباع التى يمكن أن يحصل عليها المستهلك من السلعتين (ص) و(س) . فكلما انتقل منحنى السواء لأعلى يزداد مستوى الإشباع الذى يمكن أن يحصل عليه المستهلك ، وكلما انتقل منحنى السواء لأسفل انخفض مستوى الإشباع الذى يمكن أن يحصل عليه المستهلك .

وينتقل منحنى السواء لأعلى إذا زادت الكميات المستهلكة من السلعتين معاً، أو عند زيادة الكميات المستهلكة من إحدى السلعتين مع ثبات الكميات المستهلكة من السلعة الأخرى. وينتقل منحنى السواء لأسفل إذا انخفضت الكميات المستهلكة من السلعتين معاً، أو عند انخفاض الكميات المستهلكة من إحدى السلعتين مع ثبات الكميات المستهلكة من السلعة الأخرى. وتكون خريطة سواء المستهلك دائماً الصورة الموضحة بالشكل رقم (٣-٤)، حيث تنطبق على هذا الشكل خصائص منحنيات السواء الثلاث المشار إليها فى البند السابق.

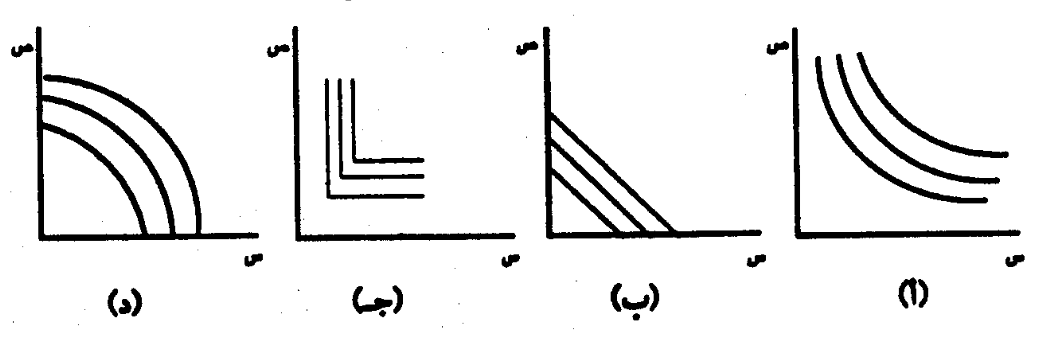
شكل (٣-٤)
خريطة سواء المستهلك



٤-١: الأشكال المختلفة لمنحنيات السواء:

يختلف شكل منحنى السواء بحسب طبيعة العلاقة بين السلعتين اللتين تتكون منهما خريطة سواء المستهلك ، وذلك كما يتضح من الشكل (٤-٤).

شكل (٤-٤)
الأشكال المختلفة لمنحنيات السواء



١) حالة سلعتين بديلتين غير تامتين التبادل:

عندما تكون السلعتين المكونتين لخريطة سواء المستهلك بديلين غير تامين التبادل مثل اللحوم والخبز أو الأرز والأسماك ، يكون منحنى السواء محدب تجاه نقطة الأصل، ومن ثم يكون المعدل الحدى للإحلال سالب، ولكن قيمته المطلقة تكون متناقصة . ويكون شكل خريطة سواء المستهلك فى هذه الحالة كما هو موضح فى الشكل رقم (٤-٤/أ) .

٢) حالة سلعتين بديلتين تامتين التبادل:

عندما تكون السلعتين المكونتين لخريطة سواء المستهلك بديلين تامين التبادل مثل الأرز والمكرونة أو السمك واللحوم ، يكون منحنى السواء خط مستقيم ، ومن ثم يكون المعدل الحدى للإحلال سالب الميل، ولكن قيمته المطلقة تكون ثابتة . ويكون شكل خريطة سواء المستهلك فى هذه الحالة كما هو موضح بالشكل (٤-٤/ ب).

٣) حالة سلعتان مكملتان:

عندما تكون السلعتين المكونتين لخريطة سواء المستهلك مكملتان مثل الشاى والسكر أو البنزين والسيارات أو القمصان والبنطلونات، يكون منحنى السواء زاوية قائمة ، بمعنى أن زيادة الكمية المستهلكة من إحدى السلعتين يتطلب زيادة الكمية المستهلكة من السلعة الأخرى، والعكس، ولايمكن إحلال إحداهما محل الأخرى. أى يكون المعدل الحدى للإحلال فى هذه الحالة مساوياً للصفر. ويكون شكل خريطة سواء المستهلك فى هذه الحالة كما هو موضح فى الشكل (٤-٤/ جـ) .

٤) حالة سلعتان إحداهما ضرورية والأخرى غير ضرورية :

عندما تكون السلعتين المكونتين لخريطة سواء المستهلك احداهما ضرورية والأخرى غير ضرورية مثل السجائر والأقلام لشخص غير مدخن أو البنزين والأحذية لشخص لايمتلك سيارة يكون منحنى السواء مقعر تجاه نقطة الأصل، ومن ثم يكون المعدل الحدى للإحلال سالب ، ولكن قيمته المطلقة تكون متزايدة، لأن المستهلك سيقوم بإحلال سلعة ذات منفعة موجبة له محل سلعة عديمة المنفعة، ومن ثم سيكون مستعداً للتنازل عن كميات متزايدة من السلعة عديمة المنفعة مقابل أى وحدة إضافية يمكنه الحصول عليها من السلعة الأخرى. ويكون شكل خريطة سواء المستهلك فى هذه الحالة كما هو موضح بالشكل (٤-٤/ د)

٢: خط الميزانية :

يُحدد خط الميزانية المجموعات المختلفة من السلعتين (ص) و(س) التى يكون فى مقدور المستهلك أن يحصل عليها فى حدود دخله النقدى المتاح وأسعار هاتين السلعتين. ويُفترض فى الأجل القصير ثبات الدخل النقدى المتاح للمستهلك، وكذلك ثبات الأسعار حيث يُفترض ثبات المحددات السوقية للأسعار فى الأجل القصير.

فإذا افترضنا أن الدخل النقدى المتاح للمستهلك للإنفاق على السلعتين (ص) و(س) يعادل ١٠٠ جنيه ، وأن سعر الوحدة من السلعة (ص) ٤ جنيهات وسعر الوحدة من السلعة (س) ٢ جنيه.

فإذا قرر المستهلك إنفاق كل دخله على السلعة (ص) فقط فإنه يستطيع أن يحصل على ٢٥ وحدة من السلعة ص، ولايتمكن من شراء شىء من السلعة س، وتكون توليفة كميات السلعتين (ص) و(س) التى يمكن شراؤها فى هذه الحالة هو ٢٥ وحدة من السلعة (ص) وصفر من السلعة س. وإذا قرر المستهلك شراء ١٠ وحدات من السلعة (س) فإنه سينفق عليها ٢٠ جنيهاً ، ويتبقى له مبلغ ٨٠ جنيهاً للإنفاق على السلعة (ص) يمكنه بها شراء ٢٠ وحدة من هذه السلعة ، وتكون توليفة السلعتين (ص) و(س) التى يمكن شراؤها فى هذه الحالة هى ٢٠ وحدة من السلعة (ص) و ١٠ وحدات من السلعة س.وإذا قرر المستهلك شراء ٢٠ وحدة من السلعة (س) فإنه سينفق عليها ٤٠ جنيهاً، ويتبقى له مبلغ ٦٠ جنيهاً للإنفاق على السلعة (ص) حيث يمكنه بها شراء ١٥ وحدة من هذه السلعة ، وتكون توليفة كميات السلعتين (ص) و(س) التى يمكن شراؤها فى هذه الحالة (ص) ١٥ وحدة من السلعة (ص) و٢٠ وحدة من السلعة (س) ، ... وهكذا ويمكن أن تستمر هذه العملية حتى يصل المستهلك إلى إنفاق دخله بالكامل على السلعة (س) وعندئذ يمكنه شراء ٥٠ وحدة من السلعة (س) ولايتبقى شىء للإنفاق على السلعة (ص) ومن ثم لايحصل على شئ من هذه السلعة . وتكون توليفة كميات السلعتين (ص) و(س) فى هذه

الحالة هى صفر من السلعة (ص) و٥٠ وحدة من السلعة (س) . ذلك كما يتضح من الجدول (٢-٤) .

جدول (٢-٤)

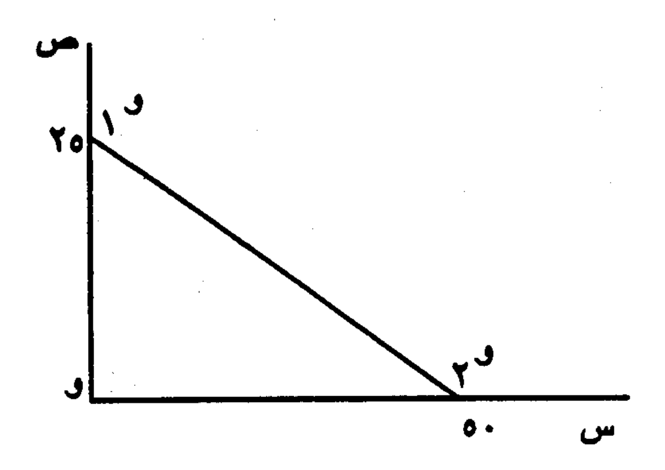
التوليفات الممكنة لتوزيع الدخل المتاح للمستهلك
على السلعتين (ص) و(س) فى ظل ثبات أسعارهما

التوليفة	١	٢	٣	....	ن
كميات ص	٢٥	٢٠	١٥	....	صفر
كميات س	صفر	١٠	٢٠	....	٥٠

ويمكن تمثيل بيانات الجدول (٢-٤) بيانياً ، حيث يمثل المحور الأفقى الكميات التى يمكن للمستهلك الحصول عليها من السلعة (س) فى حدود دخله المتاح والأسعار السائدة ، ويمثل المحور الرأسى الكميات التى يمكن للمستهلك الحصول عليها من السلعة (ص) فى ضوء نفس القيود. ويمثل الخط و$_1$ و$_2$ جميع المجموعات (التوليفات) التى يمكن للمستهلك الحصول عليها من السلعتين (ص) و(س) فى ضوء دخله النقدى المتاح للإنفاق على السلعتين، والأسعار السوقية السائدة للسلعتين:

شكل (٥-٤)

خط الميزانية



ويتضح من الشكل (٥-٤) أن المسافة و و$_1$ على المحور الرأسى تمثل إنفاق

الدخل بالكامل على السلعة (ص) ، وهى تعادل الدخل المتاح مقسوماً على سعر السلعة (ص) ، أى أن :

$$و و_1 = \frac{ى}{ث_1}$$

حيث : ى = الدخل النقدى المتاح للمستهلك للإنفاق على السلعتين (ص) و(س)
$ث_1$ = ثمن الوحدة من السلعة (ص) .

كما تمثل المسافة و $و_2$ على المحور الأفقى إنفاق الدخل بالكامل على السلعة (س) وهى تعادل الدخل المتاح مقسوماً على سعر السلعة (س) ، أى أن :

$$و و_2 = \frac{ى}{ث_2}$$

حيث : $ث_2$ = ثمن الوحدة من السلعة (س) .

ويمكن الحصول على ميل خط الميزانية $و_1$ $و_2$ بحساب ظل الزاوية التى يصنعها هذا الخط مع المحور الأفقى:

$$\text{ميل خط الميزانية = ظل الزاوية } و_1 و_2 و = \frac{\text{المقابل}}{\text{المجاور}}$$

$$= \frac{و و_1}{و و_2} = \frac{ى}{ث\ ص} \div \frac{ى}{ث\ س}$$

$$= \frac{ى}{ث\ ص} \times \frac{ث\ س}{ى}$$

$$= \frac{ث\ س}{ث\ ص}$$

أى أن ميل خط الميزانية فى هذه الحالة يتمثل فى النسبة بين سعرى السلعتين، أى النسبة بين سعر الوحدة من السلعة (س) منسوباً إلى سعر الوحدة من السلعة (ص) .

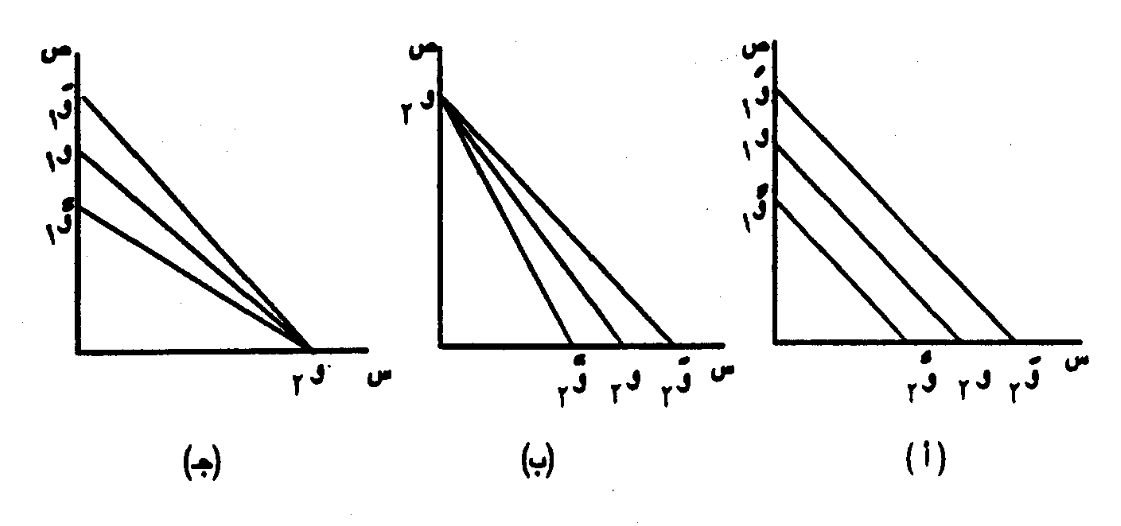
٢-١: تغير الدخل وانتقال خط الميزانية :

حتى يمكن توضيح الأثر الذى يتركه تغير الدخل النقدى للمستهلك على خط الميزانية سنفترض تغير دخل المستهلك مع عدم تغير الأسعار وثباتها عند مستواها السائد فى السوق. وبالتالى فعندما يرتفع دخل المستهلك مع ثبات أسعار السلعتين (ص) و(س) فإنه سيتمكن من شراء كميات أكبر من السلعتين عما كان يمكنه الحصول عليه بدخله السابق، وسينتقل خط الميزانية بالكامل لأعلى ليصبح (وَ١ وَ٢) ويكون موازياً لخط الميزانية الأصلى (و١ و٢) . وعندما ينخفض دخل المستهلك مع ثبات أسعار السلعتين (ص) و (س) فإنه سيضطر لشراء كميات أقل من السلعتين عما كان يمكنه الحصول عليه بدخله السابق،.وسينتقل خط الميزانية بالكامل لأسفل ليصبح (وً ١ وً٢)، ويكون موازياً لخط الميزانية الأصلى (و١ و٢) .

ويلاحظ أن انتقالات خطوط الميزانية المترتبة على تغير الدخل النقدى مع ثبات أسعار السلعتين (ص) و(س) تكون متوازية ، أى أن ميل جميع هذه الخطوط يظل ثابتاً برغم تغير الدخل، لأن الميل هو الأسعار النسبية للسلعتين (ص) و(س) وأن هذه الأسعار لم تتغير كما يتضح من الشكل (٦-٤/أ).

شكل (٦-٤)

انتقالات خطوط الميزانية المترتبة على تغير الدخل أو الأسعار



٢-٢ : تغير سعر السلعة وانتقال خط الميزانية :

حتى يمكن توضيح الأثر الذى يتركه تغيير سعر السلعة على خط الميزانية سنفترض تغيير سعر إحدى السلعتين مع ثبات سعر السلعة الأخرى، وكذلك سنفترض ثبات دخل المستهلك .

فإذا انخفض سعر الوحدة من السلعة (س) يمكن للمستهلك شراء كميات أكبر من السلعة (س) عما كان يمكنه الحصول عليه بالسعر السابق مع احتفاظه بقدرته على شراء نفس الكميات السابقة من السلعة (ص) ، وسينتقل خط الميزانية بالكامل لأعلى ولكن فى اتجاه السلعة (س) ، ومن ثم ينخفض ميل خط الميزانية مع انخفاض سعر السلعة س. وإذا ارتفع سعر السلعة (س) فسيضطر المستهلك إلى شراء كميات أقل من السلعة س، عما كان يمكنه الحصول عليه بالسعر السابق، مع احتفاظه بقدرته على شراء نفس الكميات السابقة من السلعة (ص) . وسينتقل خط الميزانية بالكامل لأسفل ولكن فى اتجاه السلعة س، ومن ثم يرتفع ميل خط الميزانية مع ارتفاع سعر (س) ، كما يتضح من الشكل (٦-٤/ ب) .

ويتضح أن تغير سعر السلعة (س) مع ثبات سعر (ص) والدخل النقدى للمستهلك سيؤدى إلى تعديل خط الميزانية ولكن فى اتجاه معاكس لتغير سعر هذه السلعة ، مع تغير ميل خط الميزانية فى اتجاه معاكس كذلك لاتجاه تغير السعر.

وبنفس الطريقة يمكن تتبع أثر تغير سعر السلعة (ص) مع ثبات سعر السلعة (س) وثبات الدخل النقدى المتاح للمستهلك على انتقالات خط الميزانية . حيث سينتقل خط الميزانية فى هذه الحالة بالكامل ولكن من ناحية المحور الرأسى، مع ثباته من ناحية المحور الأفقى، كما يوضحه الشكل (٦-٤/ جـ) ، ويتغير ميل خط الميزانية فى هذه الحالة ، ولكن فى عكس اتجاه تغير سعر السلعة ص.

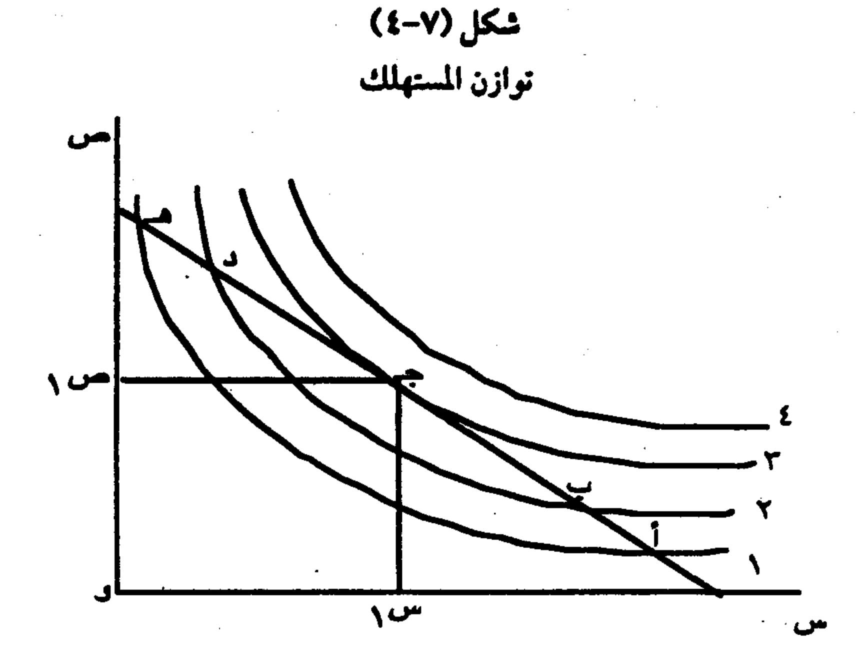
٣: توازن المستهلك :

يقصد بتوازن المستهلك تحديد الوضع الأمثل للمستهلك فى ضوء تفضيلاته أو أذواقه التى يدركها جيداً ، وفى ضوء دخله النقدى المتاح وفى ضوء الأسعار السائدة للسلعتين اللتين يتخذ قرار الشراء بالنسبة لهما. ويتحقق هذا الوضع الأمثل عندما يتخذ المستهلك قراره بشراء كميات معينة من السلعتين (ص) و(س) تحقق له أقصى إشباع ممكن. .

وتتمثل التوليفة التى تحقق توازن المستهلك فى تلك التوليفة التى تتلاقى عندها رغبة المستهلك فى الشراء (ممثلة فى خريطة السواء) مع قدرة المستهلك على الشراء (ممثلة فى خط الميزانية) ، أى أن التوليفة المثلى هى توليفة تقع على منحنى سواء فى خريطة سواء المستهلك وفى نفس الوقت تقع على خط ميزانية المستهلك ، وتكون الكميات المقابلة لهذه التوليفة من السلعتين (ص) و(س) هى الكميات التى سيطلبها المستهلك ، ويتخذ بشأنها قرار الشراء الفعلى.

ويمكن توضح ذلك من خلال الشكل رقم (٧-٤) والذى يجمع خريطة سواء المستهلك الموضحة بالشكل رقم (٣-٤) مع خط ميزانية المستهلك الموضح بالشكل رقم (٥-٤).

شكل (٧-٤)
توازن المستهلك



ويتضح من دراسة الشكل رقم (٧-٤) أن توازن المستهلك يتحقق عند النقطة التى يمس فيها خط الميزانية أعلى منحنى سواء ممكن فى خريطة سواء المستهلك، ويتحقق ذلك عند النقطة جـ حيث يمس خط الميزانية منحنى السواء رقم (٣) ، وبالتالى فإن المستهلك سيشترى الكمية وص١ من السلعة (ص) والكمية وس١ من السلعة (س) ليحقق أقصى إشباع ممكن وهو مستوى الإشباع الذى يمثله منحنى السواء رقم (٣).

ويلاحظ أن المجموعات الممثلة بالنقاط أ ، ب ، جـ ، د ، هـ تقع جميعاً على خط الميزانية ، أى أنه سيكون فى مقدور المستهلك شراء الكميات المقابلة لأى من تلك النقاط من السلعتين (ص) و(س) . ولكن يلاحظ أن النقطة جـ هى الوحيدة التى تحقق مستوى إشباع أعلى من الإشباع الذى تحققه النقاط أ ، ب، د ، هـ. وبالتالى فإن المجموعة جـ هى التى تحقق للمستهلك أقصى إشباع ممكن ، وتكون الكميات المقابلة لها من السلعتين (ص) و(س) هى الكميات التى سيطلبها المستهلك فى ضوء دخله النقدى المتاح والأسعار السائدة فى السوق للسلعتين.

وطالما أن خط الميزانية يمس منحنى السواء عند نقطة التوازن جـ ، تكون عند هذه النقطة القيمة المطلقة لميل منحنى السواء مساوياً لميل خط الميزانية ، أى أنه عند نقطة التوازن يكون :

$$\frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}} = \frac{\text{ث س}}{\text{ث ص}} \quad \text{.................................}(١)$$

ويمثل ذلك شرط توازن المستهلك ، ويمكن تعديل هذا الشرط، فقد أثبتنا قبل ذلك عند حساب المعدل الحدى للإحلال أن:

$$\frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}} = \frac{\text{م ح س}}{\text{م ح ص}} \quad \text{.................................}(٢)$$

وبالتالى فإن :

$$\frac{\text{م ح س}}{\text{م ح ص}} = \frac{\text{ث س}}{\text{ث ص}} \quad \text{.......................................(٣)}$$

وتمثل المعادلة (٣) صورة جديدة لشرط توازن المستهلك.

وبقسمة الطرف الأيمن من المعادلة السابقة على الطرف الأيسر، نستنتج أن:

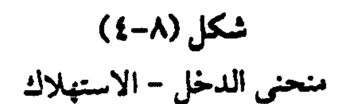
$$\frac{\text{م ح س}}{\text{ث س}} = \frac{\text{م ح ص}}{\text{ث ص}}$$

وهو نفس شرط التوازن الذى توصلنا إليه باستخدام منهج المنفعة الحدية عندما يشترى المستهلك أكثر من سلعة ، أى أن استخدام أسلوب المنفعة الحدية أو أسلوب منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك سيؤدى إلى نفس النتائج بالرغم من اختلاف الوسيلة .

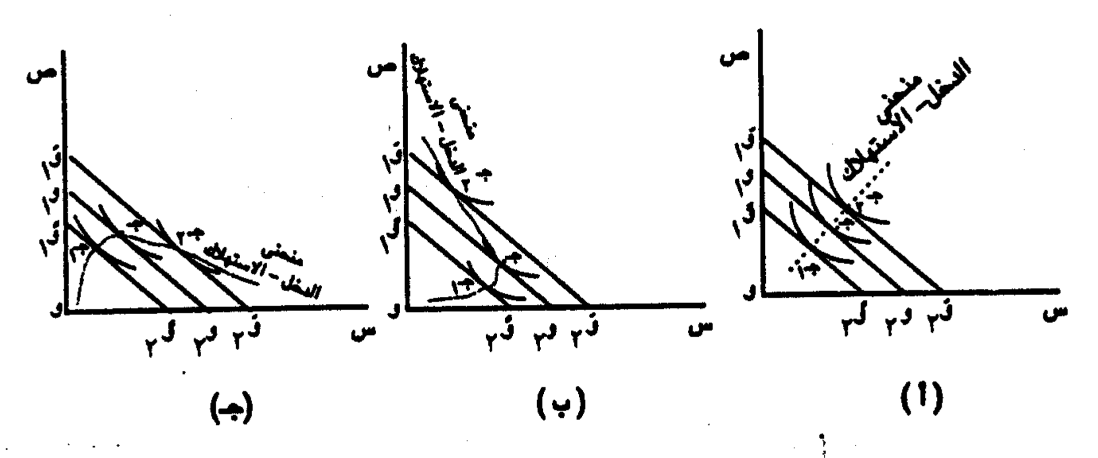
٣-١: اثر تغير الدخل على توازن المستهلك:

يؤدى تغير الدخل مع بقاء الأشياء الأخرى على حالها (الأسعار والأذواق) كما رأينا سابقاً إلى انتقال خط الميزانية بالكامل لأعلى عند زيادة الدخل وينتقل إلى أسفل عند انخفاض الدخل، وتكون خطوط الميزانية متوازية عند تغير الدخل مع ثبات الأشياء الأخرى.

وعندما يرتفع الدخل يتحقق توازن المستهلك عند مستوى إشباع أعلى حيث يمس خط الميزانية الجديد منحنى سواء أعلى، وعندما ينخفض الدخل يتحقق توازن المستهلك عند مستوى إشباع أقل حيث يمس خط الميزانية الجديد منحنى سواء منخفض. ويمثل المحل الهندسى لنقاط التوازن المترتبة على تغير الدخل النقدي للمستهلك منحنى الدخل - الاستهلاك ويمثله المنحنى و جـ$_1$ جـ. جـ$_2$ وقد يأخذ هذا المنحنى أحد ثلاث أشكال ، كما يوضحها الشكل رقم (٨-٤).



شكل (٨-٤)
منحنى الدخل - الاستهلاك



ويمثل الشكل (٨-٤/أ) حالة تكون فيها السلعتين (ص) و(س) سلعتين عاديتين، حيث تزداد الكميات المطلوبة منهما مع زيادة الدخل وتنخفض الكميات المطلوبة منهما مع انخفاض الدخل، ويتضح أن خط الدخل - الاستهلاك موجب الميل.

ويمثل الشكل (٨-٤/ ب) حالة تكون فيها السلعة (س) سلعة ردئية ، حيث يترتب على انخفاض الدخل زيادة الكمية المطلوبة منها بينما يترتب على زيادة الدخل نقص الكمية المطلوبة منها. وفى نفس الشكل تكون السلعة (ص) سلعة عادية .

ويمثل الشكل (٨-٤/ جـ) حالة تكون فيها السلعة (ص) سلعة رديئة، حيث يترتب على زيادة الدخل انخفاض الكمية المطلوبة منها، بينما يترتب على انخفاض الدخل زيادة الكمية المطلوبة منها. وفى نفس الشكل تكون السلعة (س) سلعة عادية.

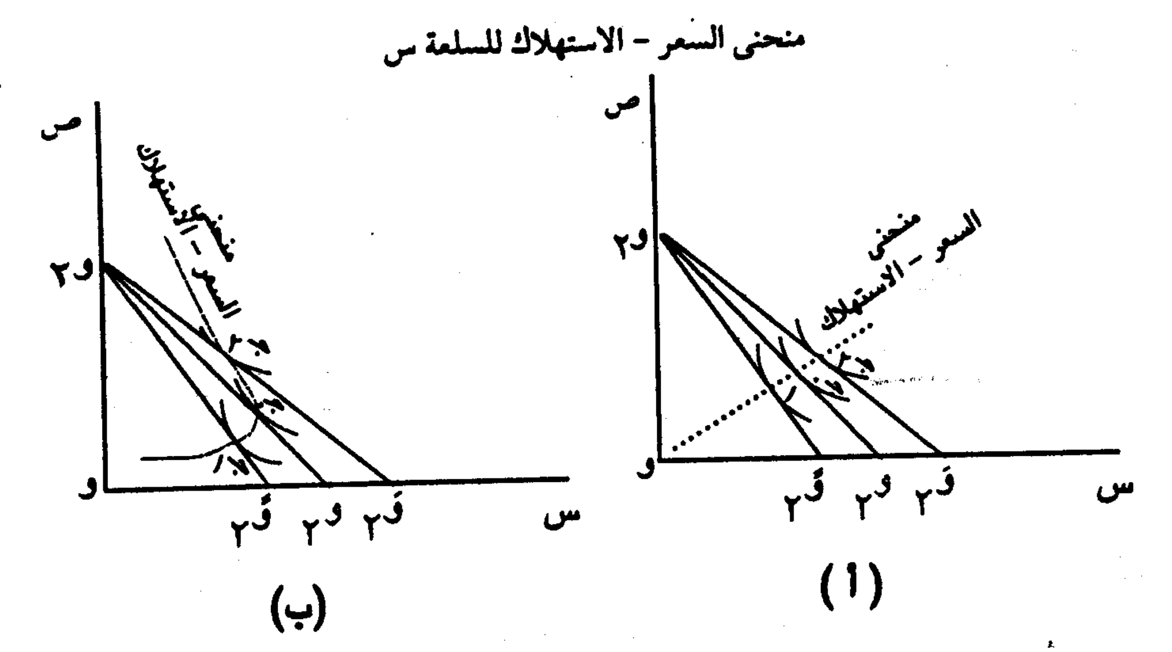
٣-٢ : اثر تغير سعر السلعة على توازن المستهلك:

يؤدى تغيير سعر إحدى السلعتين (ص) أو(س) مع بقاء الأشياء الأخرى على حالها كما رأينا سابقاً، إلى انتقال خطط الميزانية بالكامل لأعلى عند انخفاض سعر السلعة ، ولكنه ينتقل فى اتجاه السلعة التى تغير سعرها ويظل ثابت عند نقطة واحدة على المحور الذى يمثل السلعة التى لم يتغير سعرها. ولذلك فإن ميل خطوط الميزانية سيتغير مع تغير سعر السلعة بعكس حالة تغير الدخل.

وعندما ينخفض سعـر السلعة يتحقق توازن المستهلك عند مسـتوى إشباع أعلى حيث يمس خط الميزانية الجديد منحنى سواء أعلى، وعندما يرتفع سعر السلعة يتحقق توازن المستهلك عند مستوى إشبـاع أقل حيث يمس خط الميزانية الجديد منحنى سواء منخفض. ويمثل المحل الهندسى لنقـاط التوازن المترتبة على تغير سـعر السلعة منحنى السـعر - الاستهـلاك . ويمثله المنحنى و جـ١ جـ. جـ٢، وقد يأخـذ هذا المنحنى أحد أربعة أشكال ، كما يوضحه الشكل رقم (٩-٤).

شكل ٩-٤)

منحنى السعر - الاستهلاك للسلعة س

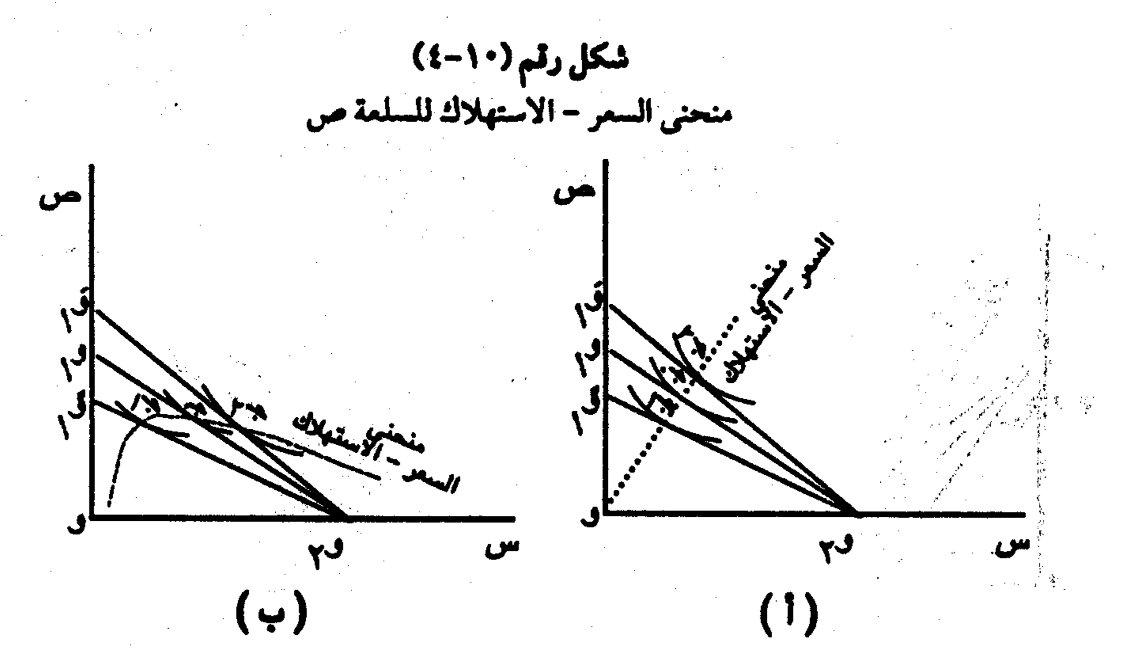


ويمثل الشكل (٩-٤/أ) حالة تكون فيها السلعة (س) لسلعة عادية ، حيث تزداد الكمية المطلـوبة منها مع انخفاض سعـرها وتنخفض الكمية المطلوبة مـنها مع ارتفاع سعرها، ويتضح أن منحنى السعر - الاستهلاك موجب الميل.

ويمثل الشكل (٩-٤/ ب) حالة تكون فـيها السلعة (س) سلعـة من سلع الفقراء (سلعـة جيـفن) حيث تنخـفض الكميـة المطلوبة منهـا مع انخفـاض سعـرها وتزداد الكمية المطلوبة منها مع ارتفاع سعرها، ويتضح أن منحنى السعر - الاستهلاك سالـب الميل.

ويمكن إجراء نفس التحليل بالنسبة لأثر تغير سعر السلعة (ص) وذلك على النحو الذى يمثله الشكل (١٠-٤)، فنجد أن الشكل (١٠-٤/ أ) حالة يكون فيها السلعة (ص) سلعة عادية ، حيث تزداد الكمية المطلوبة منها مع انخفاض سعرها وتنخفض الكمية المطلوبة منها مع ارتفاع سعرها، ويتضح أن منحنى السعر - الاستهلاك موجب الميل.

شكل رقم (١٠-٤)
منحنى السعر - الاستهلاك للسلعة ص



ويمثل الشكل (١٠-٤/ ب) حالة تكون فيها السلعة (ص) سلعة من سلع الفقراء (جفين) ، حيث تنخفض الكمية المطلوبة منها مع انخفاض سعرها تزداد الكمية المطلوبة منها مع ارتفاع سعرها، ويتضح أن منحنى السعر - الاستهلاك سالب الميل.

٤: أثر الإحلال وأثر الدخل:

عندما يتغير سعر السلعة بالارتفاع أو الانخفاض فإن الكمية المطلوبة من السلعة تتغير بالزيادة أو النقصان بحسب نوع السلعة فيما إذا كانت عادية أو سلعة من سلع الفقراء (سلعة جيفن). ويعزى التغير فى الكمية المطلوبة المترتب على تغير سعر السلعة إلى أثرين يُكَونان معاً أثر السعر، هما :

١) أثر الإحلال: يعرف أثر الإحلال بأنه التغير في الكمية المطلوبة من السلعة المترتب على تغير السعر النسبي للسلعة (أي سعر السلعة منسوباً لأسعار السلع الأخرى)، فعندما يرتفع سعر إحدى السلع، فإن السلع الأخرى تصبح أرخص نسبياً (برغم عدم تغير سعرها) ، ومن ثم يقوم المستهلك بإحلال السلع الرخيصة نسبياً محل السلعة الغالية نسبياً. وعندما ينخفض سعر إحدى السلع ، فإن السلع الأخرى تصبح غالية نسبياً (برغم عدم تغير سعرها) ، ومن ثم يقوم المستهلك بإحلال السلعة التى أصبحت رخيصة نسبياً محل السلع الأخرى والتى أصبحت غالية نسبياً.

وفى جميع الأحوال يكون أثر الإحلال سالب، أى أن التغير فى الكمية المطلوبة المترتب على أثر الإحلال يكون فى عكس اتجاه تغير سعر السلعة. ويمثل أثر الإحلال ذلك الجزء من التغير في الكمية المطلوبة من السلعة الذي يرجع إلي تغير السعر فحسب، ومن ثم فهو يمثل الانتقال من نقطة إلي أخري علي نفس منحني السواء نتيجة تغير السعر.

٢) أثر الدخل: يمثل التغير فى الكمية المطلوبة من السلعة الذي يرجع إلى تغير الدخل الحقيقي (المترتب علي تغير سعر السلعة) للمستهلك بعد تجنيب أثر الإحلال، فعندما يرتفع سعر إحدى السلع فإن الدخل الحقيقى للمستهلك ينخفض (برغم ثبات الدخل النقدى) ، أى تنخفض قدرة المستهلك على الشراء. وعندما ينخفض سعر إحدى السلع فإن الدخل الحقيقى للمستهلك يرتفع (برغم ثبات الدخل النقدى) ، أى تزداد قدرة المستهلك على الشراء.

ويمثل أثر الدخل ذلك الجزء من التغير في الكمية المطلوبة من السلعة الذي يرجع إلي التغير في المنفعة ، ومن ثم فإن أثر الدخل يمثل الانتقال من منحني سواء

إلي منحني سواء آخر نتيجة تغير السعر. ويكون أثر الدخل موجباً بالنسبة للسلع العادية ، أى أن التغير فى الكمية المطلوبة المترتب على أثر الدخل الحقيقي بالنسبة لهذه السلع يكون فى نفس اتجاه تغير الدخل الحقيقى للمستهلك. ويكون أثر الدخل سالب بالنسبة للسلع الدنيا (السلع الرديئة ، وسلع الفقراء) ، أى أن التغير فى الكمية المطلوبة المترتب على أثر الدخل الحقيقي بالنسبة لهذه السلع يكون فى عكس اتجاه تغير الدخل الحقيقى للمستهلك.

ويمكن التمييز بين ثلاث حالات لآثار الإحلال والدخل كلٍ منهما تمثل حالة مميزة لعلاقة تغير الكمية المطلوبة بتغير سعر السلعة، كما يظهرها الجدول رقم (٣-٤).

جدول رقم (٣-٤)

الحالات المختلفة لآثار الإحلال والدخل

نوع السلعة	علاقة أثر السعر			تغير السعر	أثر تغير السعر على الكمية المطلوبة		
	أثر الإحلال	أثر الدخل	أثر السعر		أثر الإحلال	أثر الدخل	أثر السعر
عادية	-	+	-	انخفاض	زيادة	زيادة	زيادة
				ارتفاع	نقص	نقص	نقص
رديئة	<-	-	-	انخفاض	زيادة>	نقص	زيادة
				ارتفاع	نقص>	زيادة	نقص
سلع الفقراء	-	->	-	انخفاض	زيادة	<نقص	نقص
			+	ارتفاع	نقص	<زيادة	زيادة

٤-١ : أثر الإحلال وأثر الدخل علي السلع العادية :

كما يتضح من الجدول رقم (٣-٤) أن أثر الإحلال يكون علاقة سالبة (عكسية) بالنسبة للسلع العادية ، بينما يكون أثر الدخل الحقيقي المترتب علي تغير السعر علاقة

موجبة (طردية) بالنسبة للسلع العادية ، ويمكن دراسة أثري الإحلال والدخل علي السلع العادية في حالتي انخفاض السعر وارتفاع السعر.

٤-١-١ : أثر الإحلال وأثر الدخل علي السلع العادية عند انخفاض سعرها:

عندما ينخفض سعر السلعة العادية يترتب علي أثر الإحلال زيادة الكمية المطلوبة من تلك السلعة ، كما يترتب علي أثر الدخل زيادة الكمية المطلوبة من السلعة ، ويمثل أثر السعر مجموع أثرى الإحلال والدخل، وبالتالي تكون المحصلة زيادة الكمية المطلوبة عند انخفاض السعر.

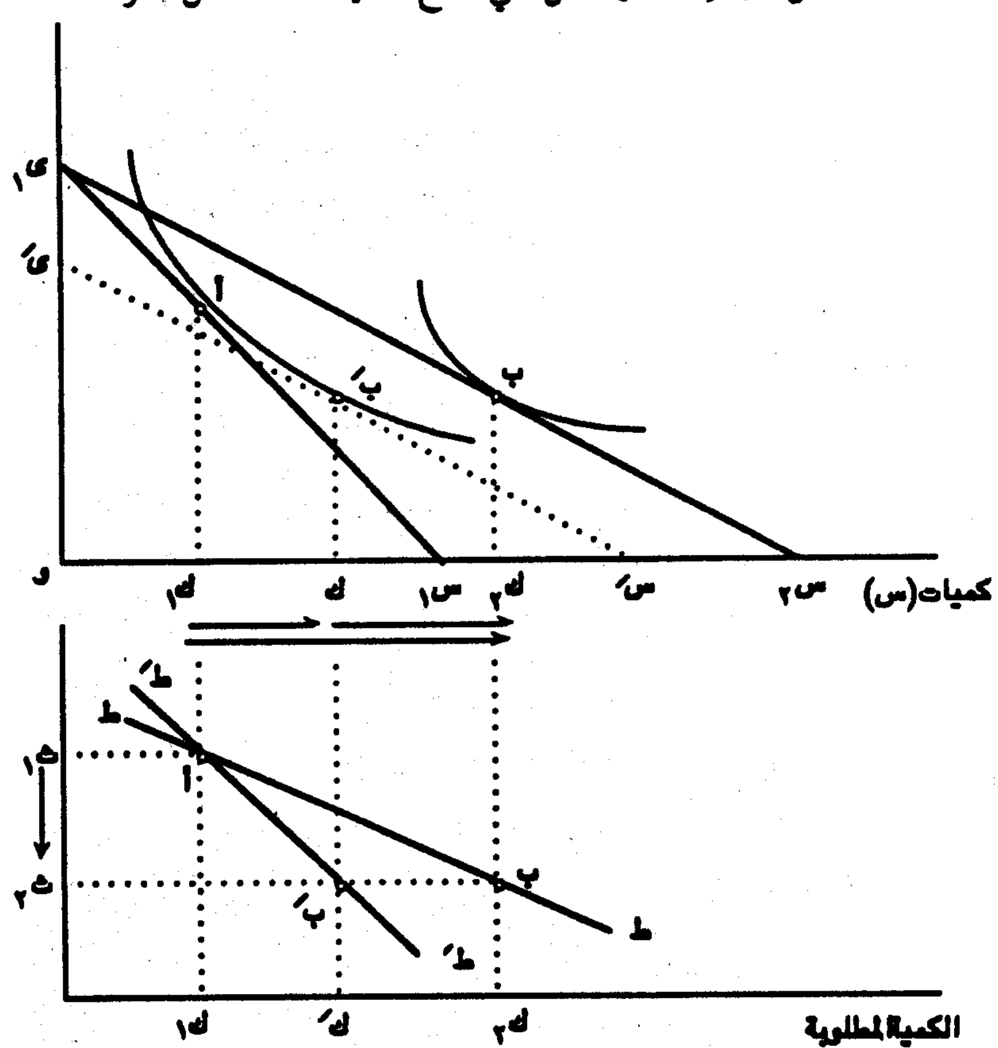
ويمكن توضيح ذلك بيانياً من خلال الشكل رقم (١١-٤) ، حيث يمثل المحور الرأسي إجمالي الدخل النقدي المتاح للمستهلك ويمثل هذا المحور إنفاق المستهلك علي السلع الآخري بخلاف السلعة (س) ، بينما يمثل المحور الأفقي الكمية المشتراه من السلعة (س) عند انفاق الدخل النقدي علي تلك السلعة . فعندما يكون الدخل النقدي (و $ي_١$) يكون خط الميزانية للمستهلك ($ي_١$ $س_١$) ، حيث تمثل النقطة ($ي_١$) علي المحور الرأسي احتفاظ المستهلك بدخله كاملاً في صورته النقدية ليوجه للإنفاق علي السلع الأخري، وتكون كمية (س) مساوية للصفر. بينما تمثل النقطة ($س_١$) علي المحور الأفقي إنفاق المستهلك لدخله بالكامل علي السلعة (س) ويكون المتبقي له من الدخل للإنفاق علي السلع الأخري مساوياً للصفر. ويتحقق توازن المستهلك في هذه الحالة عند النقطة (أ) بشراء الكمية (و$ك_١$) من السلعة (س) . وعندما انخفض سعر السلعة (س) مع ثبات الدخل النقدي ينتقل خط الميزانية لأعلي ويصبح ($ي_١$ $س_٢$) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة (ب) بشراء الكمية (و $ك_٢$) . أي أن أثر انخفاض سعر السلعة (س) أدي إلي زيادة الكمية المطلوب منها بالكمية ($ك_١$ $ك_٢$).

وحتي يمكن تقسيم أثر السعر إلي جزئيه، نقوم أولاً بإلغاء أثر الدخل حتي يمكن الحصول علي أثر الإحلال وبعد ذلك يتم طرح أثر الإحلال من الأثر الكلي للسعر

فنحصل علي أثر الدخل مستقلاً ، ولتحقيق ذلك سنقوم بافتراض حدوث انخفاض في الدخل النقدي ليصبح الدخل (يَ) لنحصل علي خط ميزانية افتراض (وهمي) هو الخط (يَ سَ) وهو يمثل تخفيض وهمي في الدخل النقدي بمقدار الزيادة في

شكل رقم (١١-٤)

تحليل آثار الإحلال والدخل علي السلع العادية عند انخفاض سعرها



الدخل الحقيقي المترتبة علي انخفاض السعر. وعندئذ يتحقق توازن المستهلك عند النقطة (بَ) بشراء الكمية (و كَ) ، ويكون أثر الإحلال قد أدي إلي زيادة الكمية

المطلوبة من السلعة (س) من (وك$_{١}$) إلي (وكَ) ، أي أدي إلي زيادة الكمية المطلوبة بالكمية (ك$_{١}$ كَ) . وهذا يعني أن المستهلك إذا حاول أن يحافظ علي مستوي إشباعه السابق علي منحني السواء رقم (١) عند انخفاض سعر السلعة (س) فإنه سينتقل من نقطة التوازن (أ) إلي نقطة التوازن (بَ) ، وهذا يعني أن المستهلك سيقوم بإحلال السلعة (س) (الرخيصة نسبياً) محل السلع الأخري.

ومن ثم يمكن الحصول علي أثر الدخل الحقيقي ويتمثل في الانتقال من نقطة التوازن (بَ) علي منحني السواء رقم (١) إلي نقطة التوازن (ب) علي منحني السواء رقم (٢) ، أي أن أثر الدخل أدي إلي زيادة الكمية المطلوبة من السلعة (س) بالكمية (كَ ك$_{٢}$) . ويكون مجموع أثرى الدخل والإحلال هو المحصلة النهائية لأثر السعر وهي زيادة الكمية المطلوبة من السلعة بالكمية (ك$_{١}$ ك$_{٢}$)، أي أن :

أثر السعر = أثر الإحلال + أثر الدخل

ك$_{١}$ ك$_{٢}$ = ك$_{١}$ كَ + كَ ك$_{٢}$

ويمكن اشتقاق منحني الطلب علي السلعة (س) في الجزء الأسفل من الشكل رقم (١١-٤) ، وهو يعبر عن العلاقة المباشرة لمنحني الطلب وهي العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة من السلعة (س) ، حيث يعبر المحور الرأسي علي أسعار السلعة (س) ويعبر المحور الأفقي عن الكميات المطلوبة من السلعة (س). فعندما كان سعر السلعة (ث$_{١}$) والذي يعبر عنه خط الميزانية الأصلي (ي$_{١}$ س$_{١}$) كانت الكمية المطلوبة (ك$_{١}$) ويعبر عن ذلك النقطة (أ) وعندما انخفاض السعر إلي (ث$_{٢}$) والذي يعبر عنه خط الميزانية الجديد (ي$_{١}$ س$_{٢}$). كانت الكمية المطلوبة (ك$_{٢}$) وتعبر عن ذلك النقطة (ب) وبتوصيل النقطتين (أ ، ب) نحصل علي منحني الطلب السعري (ط ط) ، ويظهر أنه منحنى طلب عادي سالب الميل في هذه الحالة، أي يعبر عن علاقة عكسية بين انخفاض سعر السلعة (س) وزيادة الكمية المطلوبة منها.

بينما يترتب علي أثر الإحلال عندما انخفاض سعر السلعة (س) والذي يعبر عنه خط الميزانية الوهمي (يَ سَ) زيادة الكمية المطلوبة إلي (كَ) ويعبر عن ذلك النقطة (بَ)، وبتوصيل النقطتين (أ، بَ) نحصل علي منحني الطلب الإحلالي (طَ طَ)، ويظهر أنه منحني طلب سالب الميل كذلك، أي يعبر عن علاقة عكسية بين انخفاض سعر السلعة (س) وزيادة الكمية المطلوبة منها.

٤-١-٢: أثر الإحلال وأثر الدخل علي السلع العادية عند ارتفاع سعرها:

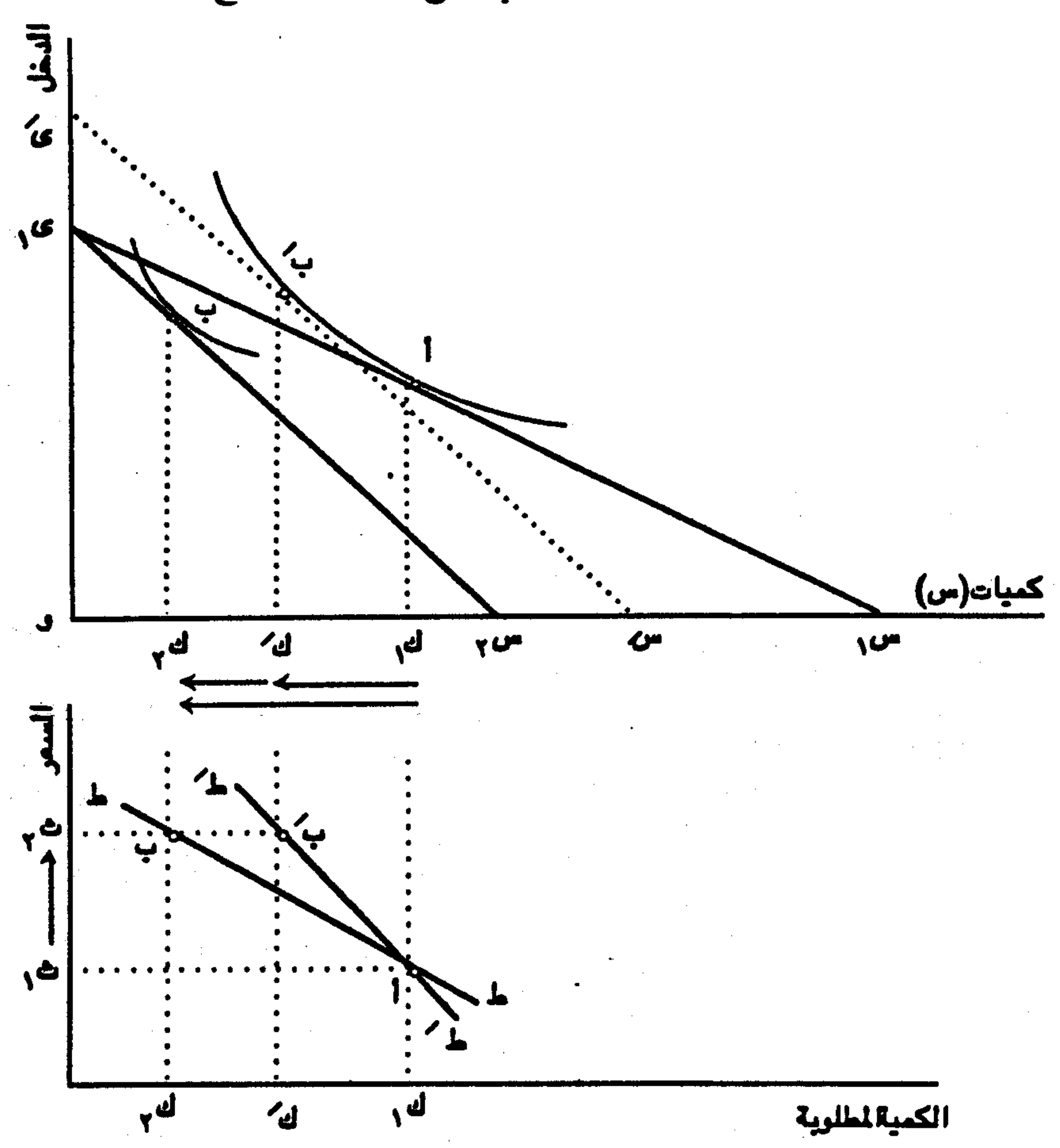
عندما يرتفع سعر السلعة العادية يترتب علي أثر الإحلال نقص الكمية المطلوبة من تلك السلعة، كما يترتب علي أثر الدخل نقص الكمية المطلوبة من تلك السلعة، ويمثل أثر السعر مجموع أثري الإحلال والدخل، وبالتالي تكون المحصلة النهائية نقص الكمية المطلوبة عند ارتفاع السعر.

ويمكن توضيح ذلك بيانياً من خلال الشكل رقم (١٢-٤)، حيث يمثل المحور الرأسي إجمالي الدخل النقدي المتاح للمستهلك، بينما يمثل المحور الأفقي الكمية المشتراه من السلعة (س) عند انفاق الدخل النقدي علي تلك السلعة. فعندما يكون الدخل النقدي (و ي١) يكون خط الميزانية للمستهلك (ي١ س١)، حيث تمثل النقطة (ي١) علي المحور الرأسي احتفاظ المستهلك بدخله كاملاً في صورته النقدية ليوجه للإنفاق علي السلع الأخرى وتكون كمية (س) مساوية للصفر، بينما تمثل النقطة (س١) علي المحور الأفقي إنفاق المستهلك لدخله بالكامل علي السلعة (س) ويكون المتبقي له من الدخل للإنفاق علي السلع الأخريمساوياً للصفر. ويتحقق توازن المستهلك في هذه الحالة عند النقطة (أ) بشراء الكمية (وك١) من السلعة (س).

وعندما ارتفع سعر السلعة (س) مع ثبات الدخل النقدي ينتقل خط الميزانية لأسفل ويصبح (ي١ س٢) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة (ب) بشراء الكمية (و ك٢). أي أن أثر ارتفاع سعر السلعة (س) أدي إلي نقص الكمية المطلوب منها بالكمية (ك١ ك٢).

شكل رقم (١٢-٤)

تحليل آثار الإحلال والدخل علي السلع العادية عند ارتفاع سعرها



وحتي يمكن تقسيم أثر السعر إلي جزئيه، نقوم أولاً بإلغاء أثر الدخل حتي يمكن الحصول علي أثر الإحلال، وبعد ذلك يتم طرح أثر الإحلال من الأثر الكلي للسعر فنحصل علي أثر الدخل مستقلاً ، ولتحقيق ذلك سنقوم بافتراض حدوث زيادة في الدخل النقدي ليصبح الدخل (يَ) لنحصل علي خط ميزانية افتراض (وهمي) هو

الخط (يَ سَ) وهو يمثل زيادة وهمية في الدخل النقدي بمقدار النقص في الدخل الحقيقي المترتبة علي ارتفاع السعر. وعندئذ يتحقق توازن المستهلك عند النقطة (بَ) بشراء الكمية (و كَ) ، ويكون أثر الإحلال قد أدي إلي نقص الكمية المطلوبة من السلعة (س) من (و$ك_{١}$) إلي (وكَ) ، أي أدي إلي نقص الكمية المطلوبة بالكمية ($ك_{١}$ كَ) . وهذا يعني أن المستهلك إذا حاول أن يحافظ علي مستوي إشباعه السابق علي منحني السواء رقم (١) عند ارتفاع سعر السلعة (س) فإنه سينتقل من نقطة التوازن (أ) إلي نقطة التوازن (بَ) ، وهذا يعني أن المستهلك سيقوم بإحلال السلع الأخري محل السلعة (س) (الغالية نسبياً).

ومن ثم يمكن الحصول علي أثر الدخل الحقيقي ويتمثل في الانتقال من نقطة التوازن (بَ) إلي نقطة التوازن (ب) ، أي أن أثر الدخل أدي إلي نقص الكمية المطلوبة من السلعة (س) بالكمية (كَ $ك_{٢}$)، ويكون مجموع أثرى الدخل والإحلال هو المحصلة النهائية لأثر السعر وهي نقص الكمية المطلوبة من السلعة بالكمية ($ك_{١}$ $ك_{٢}$)، أي أن :

أثر السعر = أثر الإحلال + أثر الدخل

$ك_{١}$ $ك_{٢}$ = $ك_{١}$ كَ + كَ $ك_{٢}$

ويمكن اشتقاق منحني الطلب علي السلعة (س) في الجزء الأسفل من الشكل رقم (١٢-٤) ، وهو يعبر عن العلاقة المباشرة لمنحني الطلب وهي العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة من السلعة (س) ، حيث يعبر المحور الرأسي علي أسعار السلعة (س) ويعبر المحور الأفقي عن الكميات المطلوبة من السلعة (س). فعندما كان سعر السلعة ($ث_{١}$) والذي يعبر عنه خط الميزانية الأصلي ($ي_{١}$ $س_{١}$) كانت الكمية المطلوبة ($ك_{١}$) ويعبر عن ذلك النقطة (أ) وعندما ارتفاع السعر إلي ($ث_{٢}$) كانت

الكمية المطلوبة (ك٢) وتعبر عن ذلك النقطة (ب) وبتوصيل النقطتين (أ ، ب) نحصل علي منحني الطلب السعري (ط ط) ، ويظهر أنه منحني طلب عادي سالب الميل في هذه الحالة، أي يعبر عن علاقة عكسية بين ارتفاع سعر السلعة (س) ونقص الكمية المطلوبة منها.

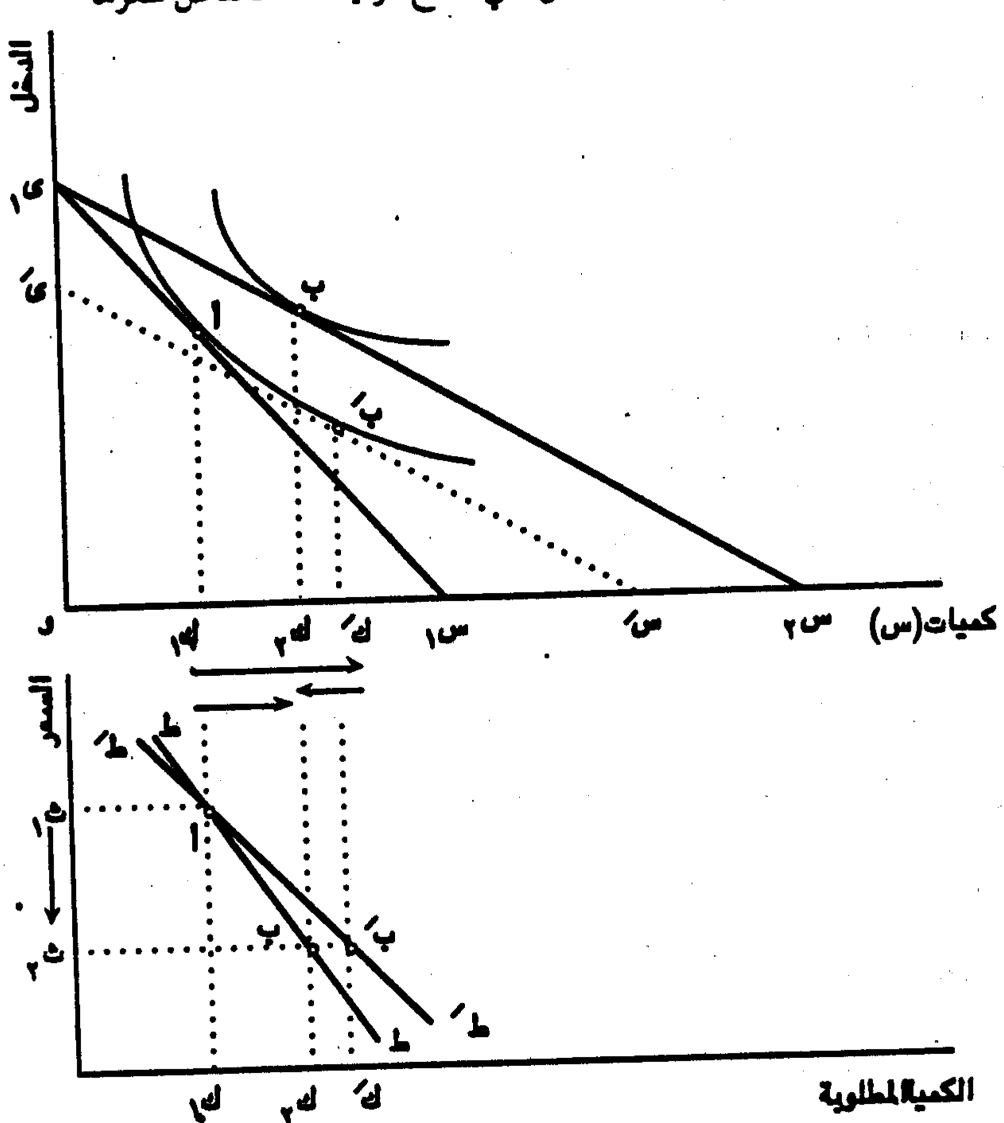
بينما يترتب علي أثر الإحلال عند ارتفاع سعر السلعة (س) نقص الكمية المطلوبة إلي (كَ) ويعبر عن ذلك النقطة (بَ) . وبتوصيل النقطتين (أ ، بَ) نحصل علي منحني الطلب الإحلالي (طَ طَ) ، ويظهر أنه منحني طلب سالب الميل كذلك، أي يعبر عن علاقة عكسية بين ارتفاع سعر السلعة (س) ونقص الكمية المطلوبة منها.

٤-٢: أثر الإحلال وأثر الدخل علي السلع الرديئة:

كما يتضح من الجدول رقم (٣-٤) أن أثر الإحلال يكون علاقة سالبة (عكسية) بالنسبة للسلع الرديئة ، بينما يكون أثر الدخل الحقيقي المترتب علي تغير السعر علاقة سالبة (عكسية) كذلك ، ولكن يكون أثر الإحلال أقوي من أثر الدخل. لذلك سيكون أثر السعر سالباً حيث يكون الأثر الكمي لأثر الإحلال > الأثر الكمي لأثر الدخل ، وبالتالي فعندما ينخفض سعر السلعة الرديئة يترتب علي أثر الإحلال زيادة الكمية المطلوبة من تلك السلعة ، بينما يترتب علي أثر الدخل (زيادة الدخل الحقيقي) نقص الكمية المطلوبة من السلعة الرديئة ، ويمثل أثر السعر مجموع أثري الإحلال والدخل، وبالتالي تكون المحصلة زيادة الكمية المطلوبة عند انخفاض السعر ، وذلك لأن زيادة الكمية المترتبة علي أثر الإحلال > النقص في الكمية المترتب علي زيادة الدخل الحقيقي. ويمكن توضيح ذلك بنفس تسلسل التحليل في السلعة العادية ، ولكن من خلال الشكل رقم (١٣-٤).

شكل رقم (١٣-٤)

تحليل أثار الإحلال والدخل علي السلع الرديئة عند انخفاض سعرها

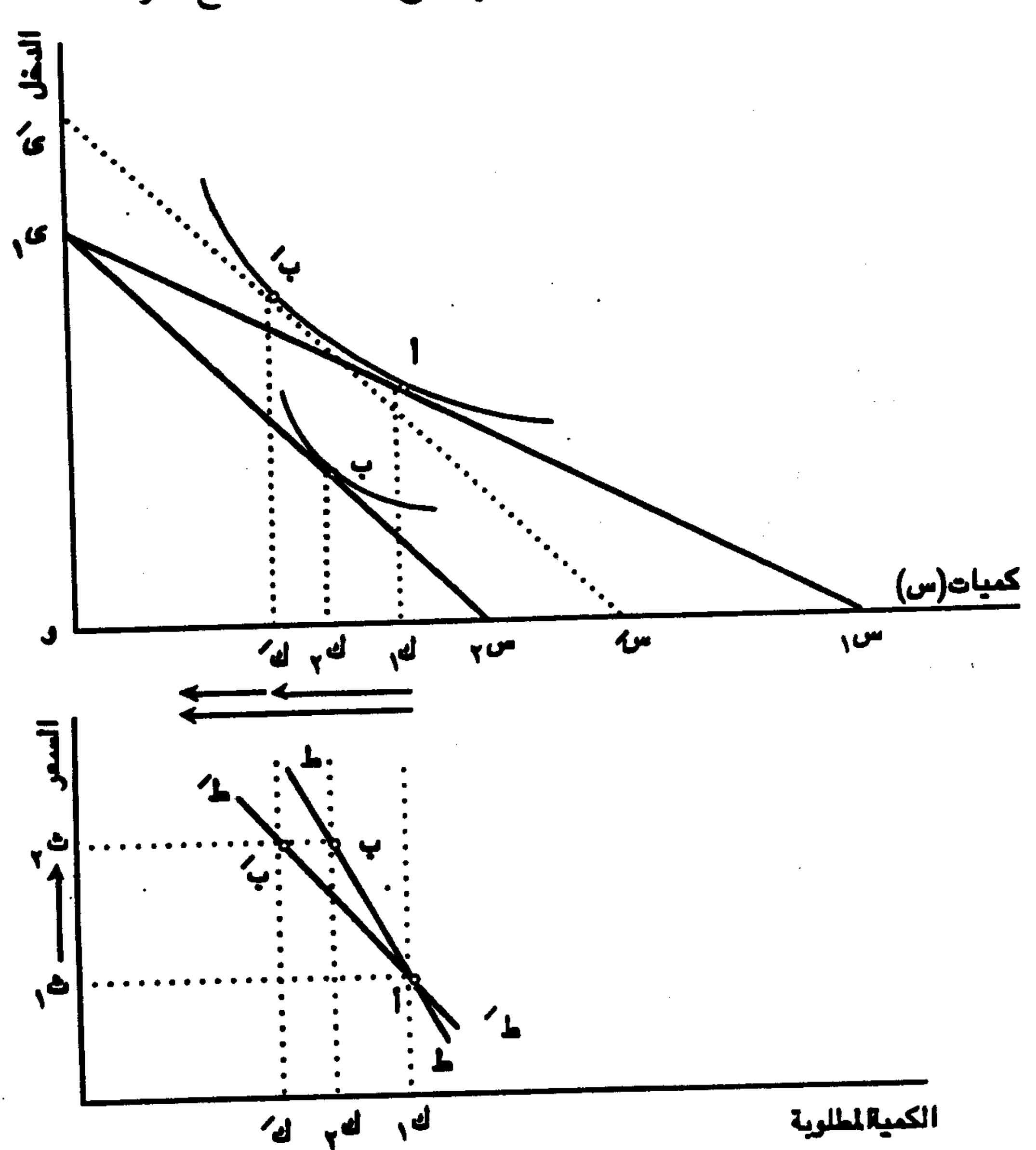


وعندما يرتفع سعر السلعة الرديئة يترتب علي أثر الإحلال نقص الكمية المطلوبة من تلك السلعة ، كما يترتب علي أثر الدخل (نقص الدخل الحقيقي) زيادة الكمية المطلوبة من السلعة الرديئة ، ويمثل أثر السعر مجموع أثري الإحلال والدخل، وبالتالي تكون المحصلة النهائية نقص الكمية المطلوبة من السلعة . لأن نقص الكمية المترتب علي ارتفاع السعر > من زيادة الكمية المترتبة علي نقص الدخل الحقيقي

المقابل لارتفاع السعر ، ويمكن توضيح ذلك بنفس تسلسل التحليل في السلعة العادية ، ولكن من خلال الشكل رقم (١٤-٤).

شكل رقم (١٤-٤)

تحليل أثار الإحلال والدخل علي السلع الرديئة عند ارتفاع سعرها



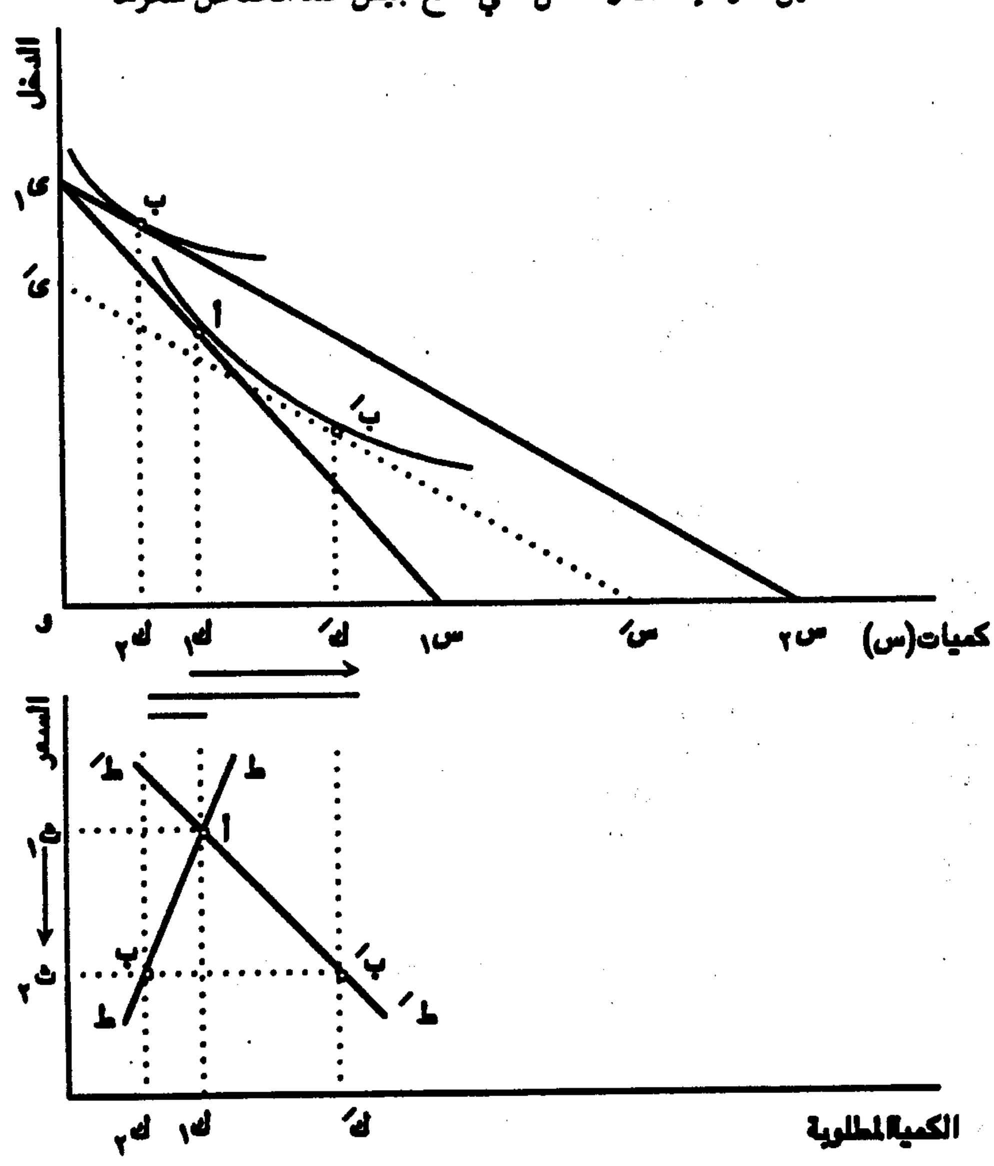
ومن ثم يمكن القول أن السلع الرديئة شاذة بالنسبة لأثر الدخل ، إلا أنها تعتبر سلع عادية بالنسبة لأثر السعر.

٤-٣: أثر الإحلال وأثر الدخل على سلع جيفن (سلع الفقراء):

كما يتضح من الجدول رقم (٣-٤) أن أثر الإحلال يكون علاقة سالبة (عكسية) بالنسبة لسلع الفقراء ، بينما يكون أثر الدخل الحقيقي المترتب علي تغير السعر علاقة سالبة (عكسية) كذلك ، ولكن يكون أثر الإحلال ضعيفاً بالنسبة لأثر الدخل. لذلك سيكون أثر السعر موجباً، حيث يكون الأثر الكمي لأثر الإحلال < الأثر الكمي لأثر

شكل رقم (١٥-٤)

تحليل أثار الإحلال والدخل علي سلع جيفن عند انخفاض سعرها



الدخل ، وبالتالي فعندمـا ينخفض سعر سلعة الفقـراء يترتب علي أثر الإحلال زيادة الكمية المطلوبة من تلك السلعة ، بينما يترتب علي أثر الدخل (زيادة الدخل الحقيقي) نقص الكميـة المطلوبة من السلعة الرديئـة ، ويمثل أثر السعـر مجمـوع أثري الإحلال والدخل، وبالتالي تكون المحـصلة زيادة الكمية المطلوبة عند انخفـاض السعر، وذلك لأن الزيادة في الكمية المترتب علي أثر الإحلال يكون < من النقص في الكمية المترتبة علي أثر الدخل الحـقيـقي. ويمكن توضـيح ذلك بنفس تسلسل التـحليل في السلعـة العادية ، ولكن من خلال الشكل رقم (١٥-٤).

وعندما يرتفع سعـر السلعة الرديئة يترتب علي أثر الإحـلال نقص الكمية المطلوبة من تلك السلعة ، كـما يترتب علي أثر الدخل (نقص الدخل الحقيقي) زيادة الكمـية المطلوبة من الســلعة الـرديئة ، ويمـثل أثر الســعر مـجـمـوع أثري الإحـلال والدخل، وبالتالي تكون المحصلة النـهائية زيادة الكمية المطلوبة من السلعـة . لأن نقص الكمية المترتـب علي ارتفاع الســعر < من زيادة الكمـية المترتبة علي نقص الدخـل الحقيـقي المقـابل لارتفـاع السـعـر، ويمكن توضـيح ذلك بنفس تسلـسل التـحليل في السلعـة العادية، ولكن من خلال الشكل رقم (١٦-٤).

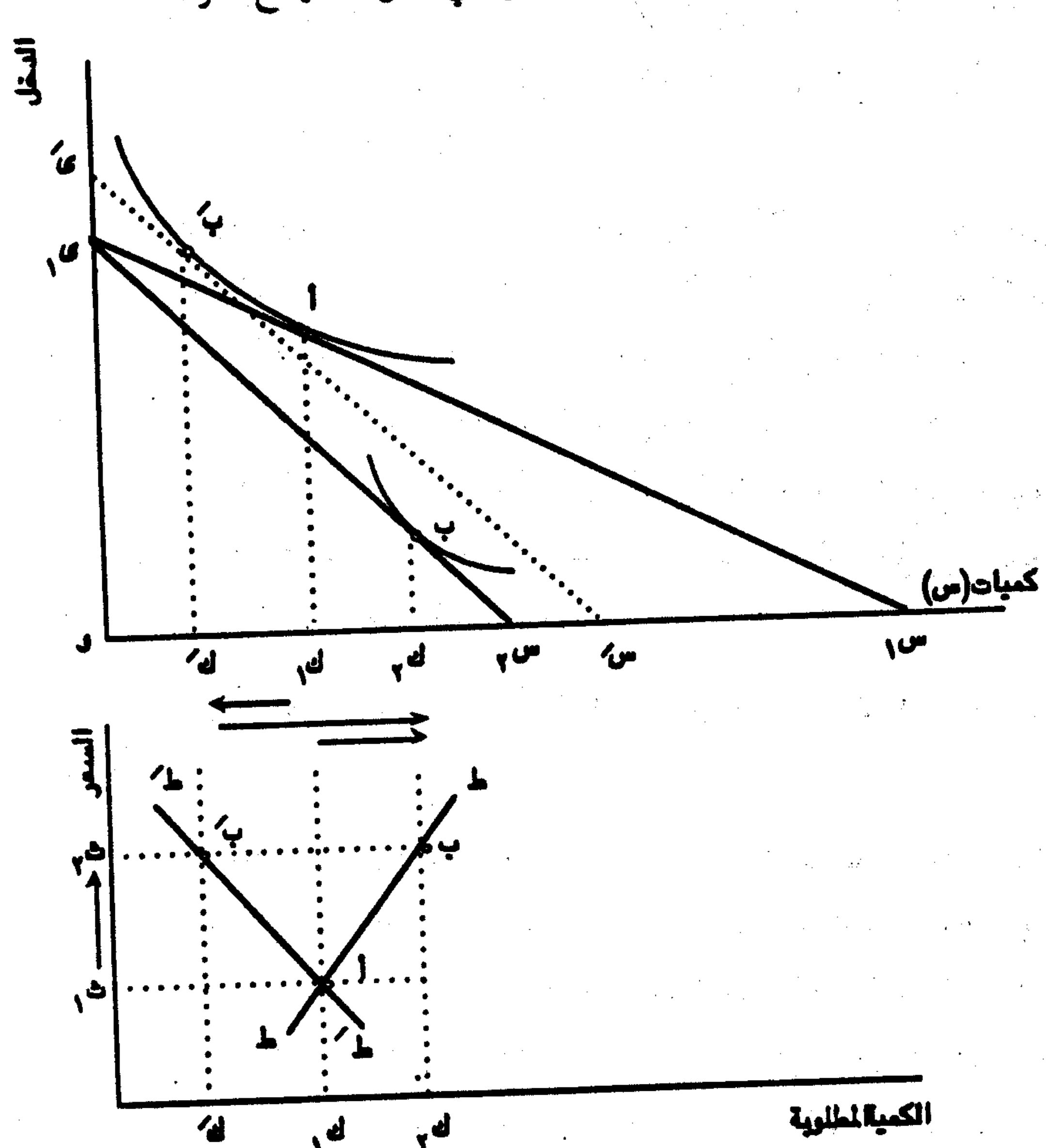
ومن ثم يمكن القول أن سلع الفقراء شاذة بالنسبة لأثر الدخل، وكذلك فإنها شاذة بالنسبة لأثر السعر.

ويعتقد أن الاقـتصادي البريطاني «روبرت جيـفن» هو أول من بحث تلك العلاقة الشاذة بين الكمية المطلوبة وتغيرات السعـر بالنسبة لسلع الفقراء، حيث لاحظ وجود هذه الآثار الشـاذة للسعـر علي سلعـة البطاطس خلال المجاعـة الإيرلندية في الفتـرة ١٨٤٦-١٨٤٩ ، لذلك فقد أطلق علي تلك العلاقة «لغـز جيفن» ، ويتمثل هذا اللغز في أنه كلما انخفض سعر سلع الفقراء ينخـفض طلبهم عليها وكلما ارتفع سعر هذه السلع ازداد طلبهم عليهـا. وتفسير ذلك أن المستـهلك الفقير يخصص جزء كـبير من دخلـه لشراء سلعــة ضرورية عــادة ما تكون سلعة دنيا مثــل الخبز أو البطاطس أو

الزيوت النباتية ، ولذلك فعند انخفاض أسعار تلك السلع الرديئة يتحول المستهلك من شراء بعض كمياتها ويقوم بزيادة مشترياته من سلعة ذات جودة أعلي عنها. ويحدث العكس عند ارتفاع أسعار تلك السلع.

شكل رقم (١٦-٤)

تحليل أثار الإحلال والدخل علي جيفن عند ارتفاع سعرها



وفي النهاية يمكن الخروج بثلاث استنتاجات أساسية من تحليل أثري الإحلال والدخل وهي:

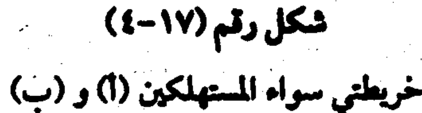
١) أن السلع الرديئة تعد سلع عادية ، وذلك لأن السلع العادية والسلع الرديئة يكون الأثر النهائي للسعر (مجموع أثري الإحلال والدخل) علي الكمية المطلوبة منها، علاقة سالبة الميل، وهي العلاقة العادية لأثر السعر.

٢) أن سلع الفقراء تعد سلع رديئة ، وذلك لأن سلع الفقراء والسلع الرديئة تشترك في خاصية أساسية ، وهي علاقتها الشاذة مع أثر الدخل . وأن لكل مستوي دخل (ارتفع أو انخفض) سلع دنيا يطلق عليها سلعة رديئة .

٣) أن السلع الرديئة لاتكون أبداً سلع الفقراء: في حين أن سلع الفقراء تكون علاقة شاذة للسعر مع الكمية المطلوبة منها، وتكون السلع الرديئة علاقة عادية مع الكمية المطلوبة منها. وأن سلع الفقراء تمثل السلع الدنيا لمستويات الدخل المتدنية فقط والتي تمثل حد الفقر بالنسبة للسكان.

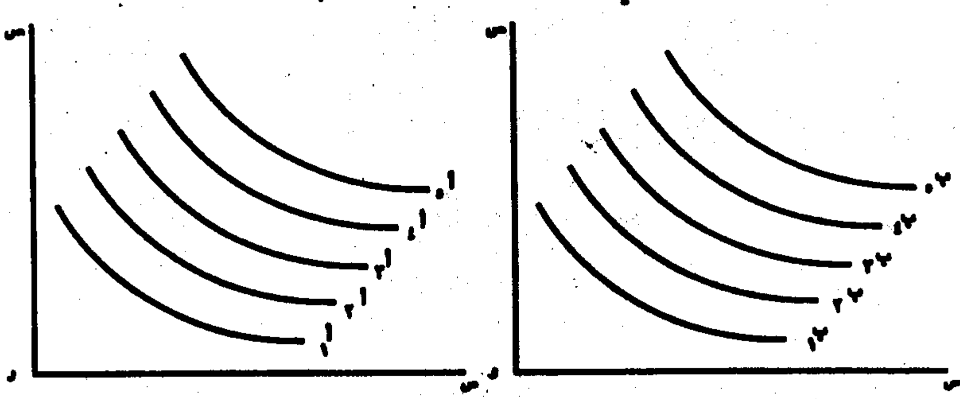
٥: خريطة السواء وتفسير تبادل السلع بين المستهلكين :

يمكن الاستعانة بمنحنيات السواء لتفسير سلوك المستهلكين عند تبادل الكميات المتاحة من السلع فيما بينهم ، بافتراض أن المجتمع يتكون من اثنين من المستهلكين وتتاح أمامهم كميات محدودة من السلعتين (س) و (ص) ويرغبان في توزيع تلك الكميات فيما بينهما عن طريق التبادل بهدف الوصول أي أقصي إشباع ممكن لكليهما. فإذا رسمنا خريطة السواء للمستهلك (أ) والتي تشتمل علي خمسة منحنيات سواء (أ$_{١}$) و (أ$_{٢}$) و (أ$_{٣}$) و (أ$_{٤}$) و (أ$_{٥}$) تعبر عن تفضيلات المستهلك بالنسبة للسلعتين (س) و (ص) ، وخريطة السواء للمستهلك (ب) والتي تشمل علي خمسة منحنيات سواء كذلك (ب$_{١}$) و (ب$_{٢}$) و (ب$_{٣}$) و (ب$_{٤}$) و (ب$_{٥}$) تعبر عن تفضيلات المستهلك بالنسبة للسلعتين (س) و (ص) علي النحو الموضح بالشكل رقم (١٧-٤) .



شكل رقم (١٧-٤)

خريطتي سواء المستهلكين (أ) و (ب)

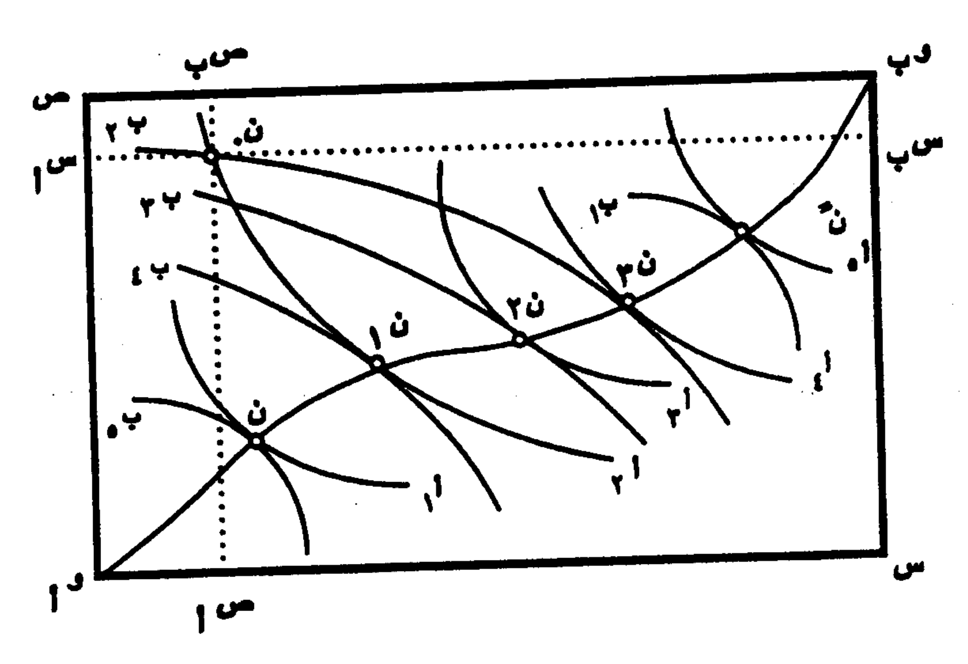


فإذا قمنا بتدوير خريطة سواء المستهلك (ب) بزاوية ١٨٠° فسنحصل علي مستطيل يجمع خريطتي السواء للمستهلكين (أ) و (ب علي النحو الموضح بالشكل رقم (١٨-٤) وهو يمثل صندوق «إدجــــوورث» Edgeworth Box ، وفي هذا الشكل نلاحظ أن نقطة الأصل لخريطة سواء المستهلك (أ) هي النقطة (و أ) ويتزايد مستوي إشباع المستهلك كلما انتقل إلي أعلي من منحني السواء (أ$_1$) إلى (أ$_2$) إلى (أ$_3$) إلى (أ$_4$) إلي (أ$_5$) . وتكون نقطة الأصل لخريطة سواء المستهلك (ب) هي (و ب) ويتزايد مستوي إشباع هذا المستهلك كلما انتقل إلي أعلي من منحني السواء (ب$_1$) إلي (ب$_2$) إلي (ب$_3$) إلي (ب$_4$) إلي (ب$_5$) . وأن الكمية المتاحة للمستهلكين من السلعة (ص) تعادل (وص) وهو طول المحور الرأسي، بينما الكمية المتاحة للمستهلكين من السلعة (س) تعادل (وس) وهو طول المحور الأفقي. وتمثل أي نقطة تماس أو تقاطع بين منحنيات سواء المستهلك (أ) ومنحنيات سواء المستهلك (ب) توزيع للسلعتين (س) و (ص) بين المستهلك (أ) و (ب).

فإذا افترضنا أن التوزيع الأولي للسلعتين (س) و ص) بين المستهلكين (أ) و (ب) تتم عند النقطة (ن.) . وعند هذه النقطة يتم توزيع كميات السلعة (ص) بين المستهلكين (أ) و (ب) بحيث يحصل المستهلك (أ) علي الكمية (ص$_1$ ن.) من

شكل رقم (١٨-٤)

الشكل الصندوقي لـ «إدجوورث» وتبادل السلع بين المستهلكين



السلعة (ص) ويحصل المستهلك (ب) علي الكمية (ص ب ن.) ويتم توزيع كميات السلعة (س) بين المستهلكين (أ) و (ب) بحيث يحصل المستهلك (أ) علي الكمية (س أ ن.) ويحصل المستهلك (ب) علي الكمية (س ب ن.) ، بحيث أن :

س أ ن . + س ب ن. = و س

ص أ ن. + ص ب ن. = و ص

ويترتب علي الانتقال من أية نقطة تقاطع منحنيات سواء المستهلكين ين (أ) و (ب) عن طريق تبادل كميات السلعتين (س) و (ص) بينهما زيادة مستوي الإشباع لأحد المستهلكين علي الأقل. فإذا قام المستهلك (أ) بالتنازل كمية من السلعة (ص) مقابل حصوله علي كمية إضافية من السلعة (س) فسيترتب علي ذلك انتقال المستهلكين (أ) و (ب) إلي نقطة مثل (ن١ ن٢ ن٣)، حيث سيترتب علي الانتقال من (ن.) إلي (ن١) مبادلة كميات من (س) و (ص) بين المستهلكين (أ) و (ب) بحيث سيحافظ المستبلك (أ) علي نفس مستوي الإشباع على منحني السواء رقم (أ٢)

وسيزداد مستوي إشباع المستهلك (ب) من منحني السواء (ب٢) إلي منحني السواء (ب٤) . وسيترتب علي الانتقال من النقطة (ن٠) إلي النقطة (ن٢) مبادلة كميات من (س) و (ص) بين المستهلكين (أ) و (ب) بحيث يحافظ المستهلك (ب) علي نفس مستوى الإشباع علي منحني السواء رقم (ب٢) وسيزداد مستوي إشباع المستهلك (أ) من منحني السواء (أ٢) إلي منحني السواء (أ٤) ، وسيترتب علي الانتقال من النقطة (ن٠) إلي النقطة (ن٣) مبادلة كميات من (س) و (ص) بين المستهلكين (أ) و (ب) بحيث سيرتفع مستوي الإشباع لكلٍ منها، إذ سيرتفع مستوي إشباع المستهلك (أ) من منحني السواء (أ٢) إلي منحني السواء (أ٣) وسيرتفع مستوي إشباع المستهلك (ب) من منحني السواء (ب٢) إلي منحني السواء (ب٣). .

وتمثل النقاط (ن١) و (ن٢) و (ن٣) وضعاً أمثل لتوزيع كميات السلعتين (س) و (ص) بين المستهلكين (أ) و (ب) ، حيث سيكون هناك تحسن لوضع أحد المستهلكين علي الأقل. ومن ثم يتحقق الوضع الأمثل للتبادل (التوزيع) بين المستهلكين عند نقاط تماس منحنيات السواء لكليهما. وتوجد أنماط عديدة لتوزيع السلعتين (س) و (ص) بين المستهلكين (أ) و (ب) إذ تحققت تلاشت دوافع الاستمرار في التبادل بين الفردين وعندها يكون التوزيع بينهما أمثل. فإذا كان التوزيع الأولي للسلعتين عند (ن٠) فستقع أنماط التوزيع المثلي للسلعتين بين المستهلكين (أ) و (ب) علي الخط (ن١ ن٣) وهو يمثل المحل الهندسي لنقاط تماس منحنيات سواء المستهلكين (أ) و (ب) داخل منطقة التبادل وهي المنطقة المظللة (ن. ن١ ن٣) ، ويطلق علي الخط (ن١ ن٣) منحني التعاقد بين الفردين (أ) و (ب) . وتحدد قوة المساومة بين الفردين (أ) و (ب) موقع النمط الأمثل للتوزيع بين المستهلكين علي منحني التعاقد. فإذا كانت قوة مساومة المستهلك (أ) أكبر من قوة مساومة المستهلك (ب) ابتعد التوزيع الأمثل عن النقطة (ن١) واقترب من النقطة (ن٣) ، وإذا انعكس الوضع ابتعد التوزيع الأمثل عن النقطة (ن٣) واقترب من النقطة (ن١).

ويتحقق شرط التوزيع الأمثل عند نقاط تماس منحنيات السواء، وذلك لأنه عند

هذه النقاط يكون ميل منحني سواء المستهلك (أ) مساوي لميل منحني سواء المستهلك (ب) . وحيث أن ميل منحني السواء هو المعدل الحدي للإحلال بين السلعتين بالنسبة للمستهلك . لذا سيكون شرط التوزيع الأمثل هو شرط تساوي المعدلات الحدية للإحلال بين السلعتين (س) و (ص) لكلٍ من المستهلكين (أ) و (ب)، أي أن:

$$\frac{\Delta ص_{أ}}{\Delta س_{أ}} = \frac{\Delta ص_{ب}}{\Delta س_{ب}}$$

ولكن هذا الشرط يتحقق فقط داخل منطقة التبادل وهي المنطقة المظللة داخل الشكل رقم (١٨-٤) ، أي نقاط تماس المنحنيات السواء خارج تلك المنطقة وإن كانت تحقق شرط تساوي معدلات الإحلال الحدية للمستهلكين، ولكنها لاتمثل توزيعاً أمثل لأن نمط التوزيع عند مثل هذه النقاط سيؤدي إلي الإضرار بأحد المستهلكين علي الأقل، ويتضح ذلك عند النقطتين (نَ) و (نً) ، حيث سيترتب علي الانتقال من النقطة ($ن_{٠}$) إلي (نَ) انخفاض مستوي إشباع المستهلك (أ) من ($أ_{٢}$) إلي ($أ_{١}$) برغم ارتفاع مستوي إشباع المستهلك (ب) من ($ب_{٢}$) إلي ($ب_{٠}$) ، وكذلك سيترتب علي الانتقال من ($ن_{٠}$) إلي (نً) انخفاض مستوي إشباع المستهلك (ب) من ($ب_{٢}$) إلي ($ب_{١}$) برغم ارتفاع مستوي إشباع المستهلك (أ) من ($أ_{٢}$) إلي ($أ_{٠}$).

الفصل الخامس
تطبيقات اقتصادية
لتحليل منحنيات السواء

يمكن الاستعانة بتحليل منحنيات السواء لدراسة وتحليل جميع المشاكل التي تواجه المستهلك عند الاختيار بين أية بدائل متاحة أمام المستهلك ، وهناك بعض التطبيقات لتحليل منحنيات السواء يتم علي مستوي «التحليل الاقتصادى الكلي» ، ويكون ذلك عند يفاضل صانع القرار الاقتصادي علي المستوي الكلي بين سياسات بديلة توثر علي مستوي إشباع المستهلك ، ومن أمثلة ذلك :

- المفاضلة بين فرض الضرائب المباشرة والضرائب غير المباشرة .
- المفاضلة بين منح الدعم المباشر والدعم غير المباشر.
- المفاضلة بين وقت الفراغ والدخل النقدي.
- الاختيار ما بين الاستهلاك الحاضر والاستهلاك في المستقبل.

١: المفاضلة بين فرض ضرائب الدخل وفرض ضرائب المبيعات :

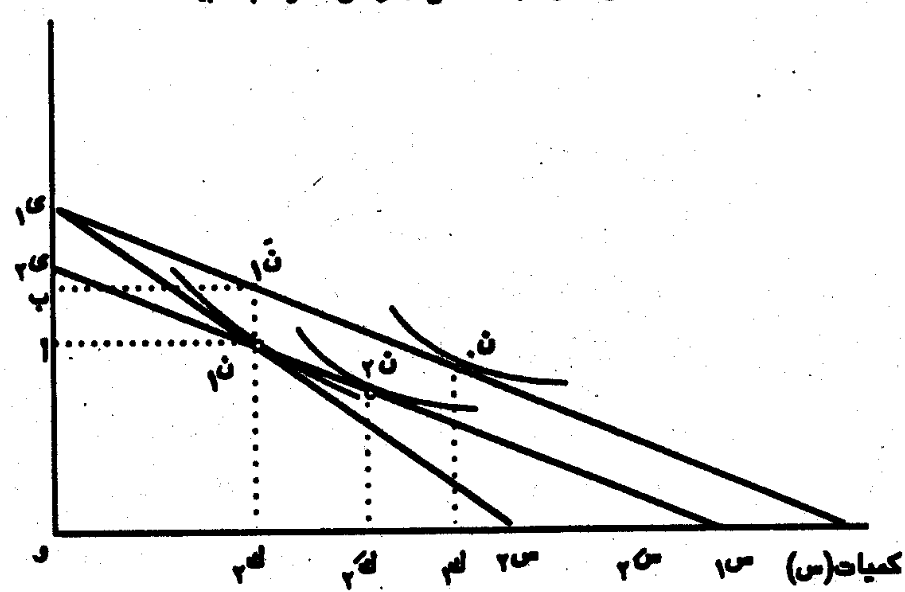
تمثل الضرائب المصدر الأساسي لتمويل الإنفاق العام وتمثل الجانب الأكبر من الإيرادات في الموازنة العامة للدولة ، وعادة ما تقارن الحكومة والمستهلك كذلك ما بين فرض ضرائب مباشرة أو غير مباشرة علي أفراد المجتمع. وتمثل الضرائب المباشرة جميع الضرائب المفروضة علي مصادر الدخل النقدي للأفراد مثل ضرائب المرتبات والأجور (كسب العمل) وضرائب الأرباح التجارية والصناعية والضرائب العقارية والضرائب علي أسعار الفائدة (إن وجدت) والضرائب العامة علي الإيراد . وأطلق علي هذا النوع من الضرائب بالضرائب المباشرة لأنها تحصل من المستهلك مباشرة وتستقطع من مصادر الدخل. ويترتب علي فرض مثل تلك الضرائب انخفاض الدخل النقدي للمستهلك مما يؤثر علي خط الميزانية بالنسبة للمستهلك بانتقاله بالكامل إلي أسفل موازياً لخط ميزانية المستهلك قبل فرض الضرائب المباشرة ، لأنه يفترض ثبات أسعار السلع و الخدمات عند فرض الضرائب المباشرة .

أما الضرائب غير المباشرة فتشمل الضرائب والرسوم المفروضة علي السلع والخدمات مثل ضريبة المبيعات والرسوم الجمركية ، ويترتب علي فرض مثل تلك الضرائب ارتفاع أسعار السلع أو الخدمات مما يؤثر علي خط الميزانية بالنسبة للمستهلك بانتقاله إلي أسفل، ويرتفع ميل خط الميزانية لأنه يفترض ثبات الدخل النقدي عند فرض الضرائب غير المباشرة .

ويمكن استخدام منحنيات السواء لتحليل كفاءة سياسات الضرائب المباشر وسياسات الضرائب غير المباشرة من وجهة نظر الحكومة ، وكذلك من وجهة نظر المستهلك الفرد . وذلك من خلال تحليل الشكل رقم (١-٥).

شكل رقم (١-٥)

المفاضلة بين فرض ضرائب الدخل وفرض ضرائب المبيعات



يمثل المحور الرأسي في الشكل رقم (٢-٥) الدخل النقدي (ي١) المتاح للمستهلك وهو يمثل إنفاق المستهلك علي السلع الأخري، في حين يمثل المحور الأفقي كميات السلعة (س) عندما ينفق المستهلك دخله النقدي عليها. فإذا كان دخل المستهلك النقدي قبل فرض الضرائب هو (وي١) وأن سعر السلعة قبل فرض

الضرائب محدد فيكون خط ميزانية المستهلك هو (ي، س،) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة (ن.) علي منحني السواء (١).

وعند فرض ضريبة غير مباشرة علي الوحدة المشتراه من السلعة (س) فسيترتب علي ذلك انخفاض سعر الوحدة من السلعة (س) مع بقاء الدخل النقدي وأسعار السلع الأخري ثابتة ، ويترتب علي ذلك انتقال خط ميزانية المستهلك لأسفل ليصبح (ي، س٢) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة (ن١) علي منحني السواء رقم (٢) : بشراء الكمية (وك ٢) وينفق المستهلك علي هذه الكمية المقدار (أ ي ١) من دخله النقدي، ولكن إذا قام المستهلك بشراء نفس الكمية (و ك٢) عند السعر المرتفع (قبل فرض الضريبة غير المباشرة) فسيكون ذلك علي خط الميزانية الأصلي (ي، س١) عند النقطة (نَ١) وينفق المستهلك على هذه الكمية المقدار (ب أ١) من الدخل النقدى. ويمثل الفرق بين الإنفاق علي الكمية (وك٢) قبل فرض ضريبة غير المباشرة والإنفاق علي نفس الكمية بعد فرض الضريبة غير المباشرة حصيلة تلك الضريبة التي تدخل الموازنة العامة للدولة = الإنفاق بعد فرض الضريبة غير المباشرة - الإنفاق قبل الضريبة غير المباشرة .

أ ب = ب ي ١ - أ ي ١

وإذا قررت الحكومة فرض ضريبة مباشرة علي دخل المستهلك تعادل حصيلة الضريبة غير المباشرة فسيترتب علي ذلك انخفاض دخل المستهلك بالمقدار (ي ١ ي ٢ - أ ب) ويصبح الدخل النقدي للمستهلك (ي٢) ، وتظل أسعار السلعة (س) وأسعار السلع الأخري ثابتة ، ويصبح خط ميزانية المستهلك (ي٢ يَ٢) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة (نَ٢) علي منحني السواء رقم (٣).

وهذا يعني أن الضريبة المباشرة تكون أفضل من الضريبة غير المباشرة من وجهة نظر المستهلك ؛ لأنه عند فرض الضريبة المباشرة يمكنه من الوصول إلي مستوي إشباع

(منحني السواء رقم $_{٢}$) أعلي مما يمكن أن يصل إليه عند فرض الضريبة غير المباشرة (منحني السواء رقم ١) ، ولكن يلاحظ أن انخفاض الكمية المطلوبة من السلعة (س) من جانب المستهلك في حالة الضريبة غير المباشرة كانت كبيرة (وك$_{٢}$) . في حين انخفضت الكمية المطلوبة من السلعة (س) في حالة الضريبة غير المباشرة إلي (وكَ$_{٣}$) . وتفسير ذلك أنه في حالة الضريبة غير المباشرة لايكون أمام المستهلك إلا تخفيض الكميات المشتراة من السلعة (س) حتي يتجنب هذه الضريبة.

بينما تتيح الضريبة المباشرة للمستهلك حرية توزيع مقدار النقص في الدخل علي جميع السلع بما فيها السلعة (س) ، لذلك فهو سيخفض مشترياته من (س) بمقدار احتياجه لها بدقة ويوزع باقي التخفيض في الدخل علي السلع الأخري. ولكن في كلا الحالتين فإن الكمية المطلوبة بعد فرض الضريبة (المباشرة أو غير المباشرة) كانت أقل من الكمية المستهلكة قبل الدعم.

٢: المفاضلة بين الدعم المباشر والدعم غير المباشر:

تمثل برامج الدعم أو الإعانات إحدي السياسات التي تتبعها الحكومات لمساعدة أفراد الطبقات الفقيرة ، وعادة ما تقارن الحكومة بين منح دعم مباشر أو غير مباشر لأفراد تلك الطبقات ، وكذلك فإن أفراد الطبقات الفقيرة عادة ما يعقدون نفس المقارنة .

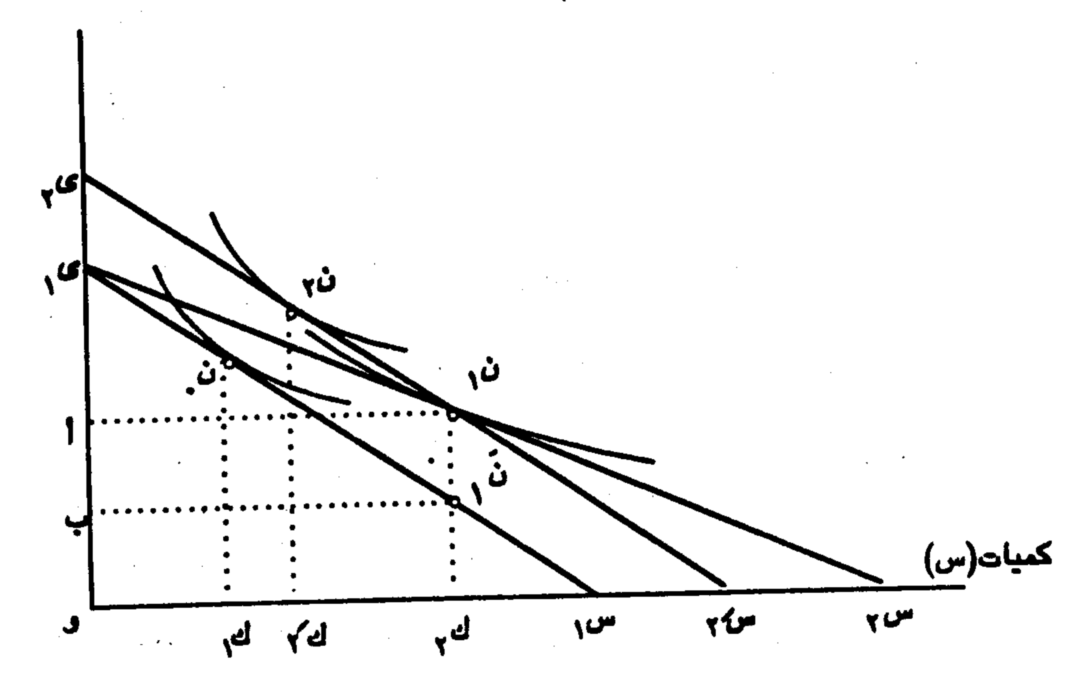
ويتمثل الدعم المباشر في الدعم النقدي الذي تمنحه الحكومة للأفراد بغرض زيادة دخلهم النقدي، ومن ثم فإن مبلغ الدعم النقدي لايمثل دخل مكتسب بالنسبة للأفراد لأنه لايمثل دخل مولد من أحد الموارد المملوكة للفرد.

بينما يتمثل الدعم غير المباشر في الدعم الممنوح للمنتجين بغرض بيع بعض السلع بسعر منخفض للمستهلكين مثل برامج دعم إسكان منخفضي الدخل ودعم رغيف الخبز ودعم أسعار الكهرباء ... وغيرها.

ويمكن استخدام منحنيات السواء لتحليل كفاءة برامج الدعم المباشر والدعم غير المباشر، وذلك من وجهة نظر الحكومة ، وكذلك من وجهة نظر المستهلك الفرد. ويمكن توضح ذلك من خلال الشكل رقم(٢-٥).

شكل رقم (٢-٥)

المفاضلة بين الدعم المباشر والدعم غير المباشر من وجهة نظر المستهلك



يمثل المحور الرأسي في الشكل رقم (٢-٥) الدخل النقدي (ي١) المتاح للمستهلك وهو يمثل إنفاق المستهلك علي السلع الأخري، في حين يمثل المحور الأفقي كميات السلعة (س) عندما ينفق المستهلك دخله النقدي عليها. فإذا كان دخل المستهلك النقدي قبل الدعم هو (وي١) وأن سعر السلعة قبل الدعم محدد فيكون خط ميزانية المستهلك هو (ي١ س١) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة (ن.) علي منحني السواء (١).

وعند منح دعم غير مباشر علي الوحدة المشتراه من السلعة (س) فسيترتب علي ذلك انخفاض سعر الوحدة من السلعة (س) مع بقاء الدخل النقدي وأسعار السلع

الأخري ثابتة ، ويترتب علي ذلك انتقال خط ميزانية المستهلك لأعلي ليصبح ($ي_1$ $س_2$) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة ($ن_1$) علي منحني السواء رقم (٢) ، بشراء الكمية (و$ك_2$) وينفق المستهلك علي هذه الكمية المقدار (أ $ي_1$) من دخله النقدي، ولكن إذا قام المستهلك بشراء هذه الكمية (و $ك_2$) عند السعر المرتفع (قبل الدعم) فسيكون ذلك علي خط الميزانية الأصلي ($ي_1$ $س_1$) عند النقطة ($نَ_1$) ويكون إنفاق المستهلك علي هذه الكمية هو المقدار (ب $يَ_1$) من الدخل النقدي. ويمثل الفرق بين الإنفاق علي الكمية (و$ك_2$) قبل الدعم والإنفاق علي نفس الكمية بعد الدعم تكلفة الدعم التي تحملتها الموازنة العامة للدولة .

تكلفة الدعم غير المباشر = الإنفاق قبل الدعم - الإنفاق بعد الدعم

أ ب = ب $ي_1$ - أ $ي_1$

وإذا قررت الحكومة منح المستهلك دعم مباشر يعادل تكلفة الدعم غير المباشر فسيترتب علي ذلك زيادة دخل المستهلك بالمقدار (أ ب = $ي_1$ $ي_2$) ويصبح الدخل النقدي للمستهلك ($ي_2$) ، وتظل أسعار السلعة (س) وأسعار السلع الأخري ثابتة ، ويصبح خط ميزانية المستهلك ($ي_2$ $سَ_2$) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة ($ن_2$) علي منحني السواء رقم (٣).

وهذا يعني أن الدعم المباشر يكون أفضل من الدعم غير المباشر من وجهة نظر المستهلك ، لأن الدعم المباشر يمكنه من الوصول إلي مستوي إشباع (منحني السواء رقم ٣) أعلي مما يمكن أن يصل إليه بالدعم غير المباشر (منحني السواء رقم ٢) ، ولكن يلاحظ أن الكمية التي يطلبها المستهلك من السلعة (س) في حالة الدعم غير المباشرة كانت كبيرة (و$ك_2$) . في حين انخفضت الكمية المطلوبة من السلعة (س) في حالة الدعم المباشر إلي (و$كَ_2$) . ولكن في كلا الحالتين فإن الكمية المطلوبة بعد الدعم (المباشر أو غير المباشر) كانت أكبر من الكمية المستهلكة قبل الدعم. وتفسير

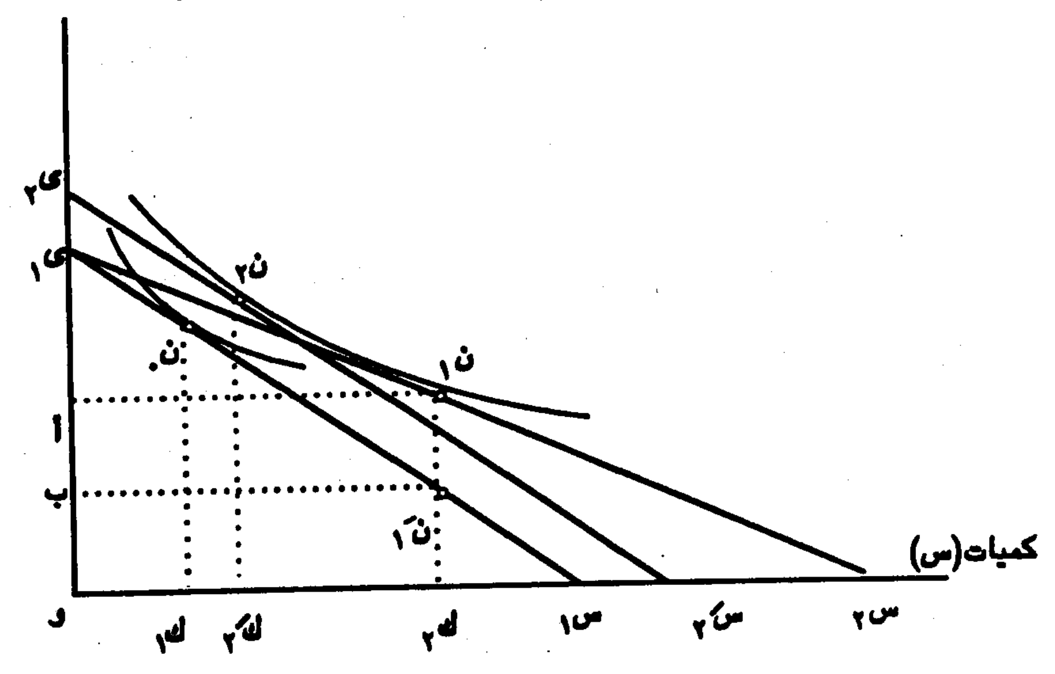
ذلك أنه في حالة الدعم غير المباشر لايكون أمام المستهلك إلا شراء كميات من السلعة (س) حتي يستفيد من الدعم غير المباشر علي وحدات السلعة (س) .

بينما يتيح الدعم المباشر للمستهلك حرية توزيع مقدار الزيادة في الدخل علي جميع السلع بما فيها السلعة (س) لذلك فهو سيزيد مشترياته من (س) بمقدار احتياجه لها بدقة ويوجه باقي الزيادة في الدخل للإنفاق علي السلع الأخري.

ومن وجهة نظر الحكومة فإنها تفضل الدعم المباشر على الدعم غير المباشر ، وذلك لأنها يمكن أن تساعد المستهلك بالدعم المباشر في الوصول إلي نفس الإشباع الذي يمكن أن يصله بالدعم غير المباشر ولكن بتكلفة أقل للدعم المباشر، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٣-٥).

شكل رقم (٣-٥)

المفاضلة بين الدعم المباشر والدعم غير المباشر من وجهة نظر الحكومة



ويتضح من تحليل الشكل رقم (٣-٥) أن توازن المستهلك قبل الدعم يتحقق عند النقطة (ن.) علي منحني السواء رقم (١) ، وعند منح دعم غير مباشر علي

الوحـدة من السلعـة (س) ينخفض سـعـر هذه السلعـة وينتقل خط المـيزانيـة لأعلي ليصبح (ي$_1$ س$_2$) ويتحقق توازن المستهلك عند النقطة (ن$_1$) علي منحني السواء رقم (٢) بشراء الكمية (وك$_2$) .

وإذا كانت تكلفة الدعم غير المباشر المقـدار (ب أ) والتي تتحملها الموازنة العامة للدولة ، فـيمكن منـح المسـتـهلك دعم نقدي أقـل من المقدار (ب أ) فـسيـزداد دخله النقدي بالمقدار (ي$_1$ ي$_2$) ليصبح (ي$_2$) ، ويلاحظ أن مقدار الزيادة في الدخل (ي$_1$ ي$_2$) $<$ تكلفة الدعم غـير المباشـر (أ ب) . فيصبح خط مـيزانية المسـتهلك (ي$_2$ س$_2$) ويتحقق التوازن عند النقطة (ن$_2$) علي نفس منحني السـواء رقـم (٢) . أي أن الحكومة تحقق في هذه الحالة وفراً للموازنة العامـة للدولة يعادل الفرق بين تكلفة الدعم المباشر وتكلفة الدعم غير المباشر، أى أن :

الوفر في تكاليف الدعم = أ ب − ي$_1$ ي$_2$.

٣ : الاختيار ما بين الدخل ووقت الفراغ:

يمكن الاستـعانة بتـحليل منحنيات السـواء للوصول إلي القـرار الأمثل بالنسـبة للفرد فـي حالة القرارات المتـعلقة بالمفـاضلة ما بين الدخل ووقت الـفراغ، ويجب أن يكون واضـحاً هنا أن وقت الفـراغ هو الوجه الآخـر لوقت العمل. وحـيث أن وقت العمل هو المولد للـدخل فإن الفرد عندمـا يفاضل بين العمل ووقت الفـراغ إنما يقوم بعملية إحلال لوقت العمل (الدخل) محل وقت الفراغ. إذ أن الفرد عندما يرغب في الحصـول علي دخل أكـبر يجب أن يعـمل وقت أكثـر، ومن ثم يصبح وقت الـفراغ المتاح له أقل .... وهكذا.

٣-١: خريطة سواء الدخل ووقت الفراغ:

يعبر منـحني سواء الدخل ووقت الفراغ عن التوليـفات أو المجموعـات المختلفة من سـاعـات وقت الفـراغ والدخل النقـدي والتـي تعطي الفـرد نفس المسـتـوي من

الإشباع، أي أن الفـرد يقوم بإحلال الدخل (ل) محل وقت الفـراغ (غ) ، وذلك كما يتضح من الجدول رقم (١-٥).

جدول رقم (١-٥)

منحني سواء الدخل ووقت الفرغ

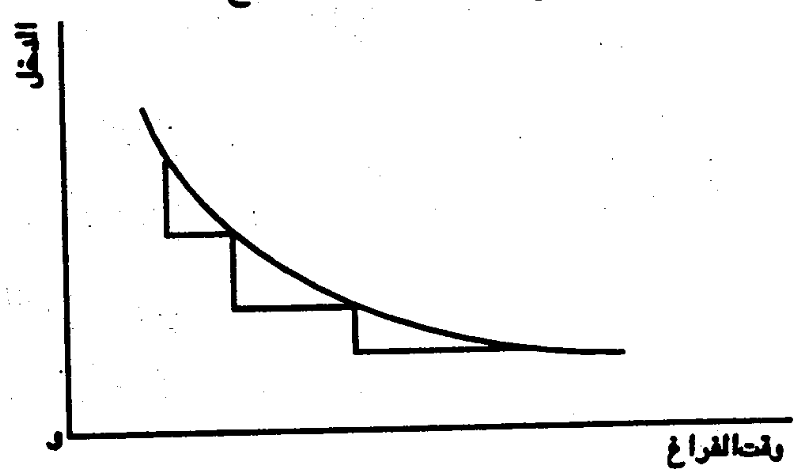
المجموعة	(١)	(٢)	(٣)	(٤)	(٥)	(٦)
وقت الفراغ(غ)	١٨	١٣	٩	٦	٤	٣
الدخل (ل)	٢٠٠	٣٠٠	٤٠٠	٥٠٠	٦٠٠	٧٠٠
المعدل الحدي للإحلال	٠.٠٥	٠.٠٤	٠.٠٣	٠.٠٢	٠.٠١	

ويمكن تمثيل الجدول السـابق بيـانياً لنحـصل علي منحني سـواء الدخل ووقت الفراغ، كما يظهر في الشكل رقم (٤-٥).

يمثل المحور الأفقي وقت الفراغ المتاح للفرد وهو عدد ساعات اليوم (٢٤ ساعة) إذ قـررت عدم العـمل ، وعند ويقـرأ هذا المحـور من اليـمين إلي اليـسار فـهـو يمثل سـاعات العـمل. ويمثل المحور الرأسي الدخل الـنقدي الذي يحـصل عليه الفـرد في اليوم. وتمثل مجموعـــة منحنيات السواء الدخل ووقت الفـراغ خريطة السـواء للفرد

شكل رقم (٤-٥) .

منحني سواء الدخل ووقت الفراغ

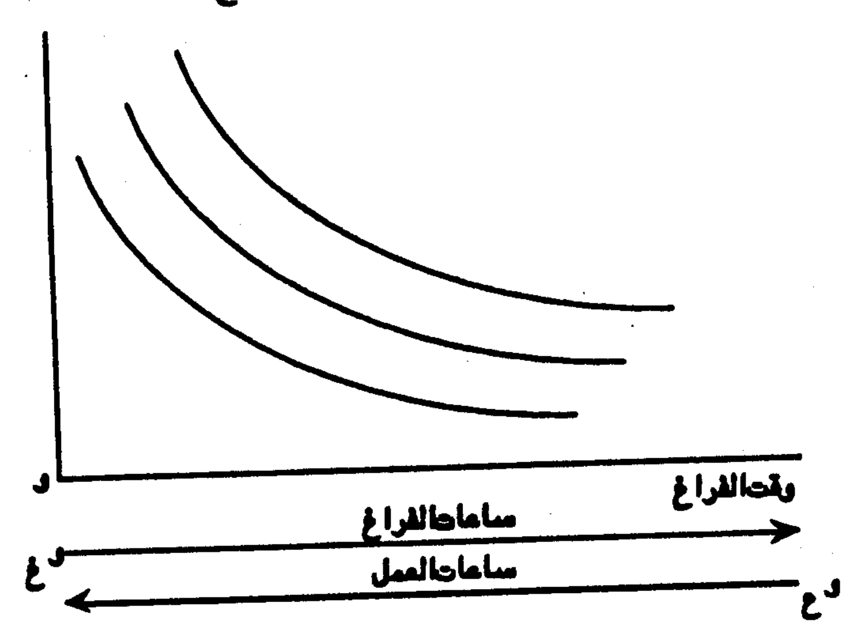


والتي تعبر عن تفضيلات الفرد فيما بين الدخل النقدي ووقت الفراغ باعتبارهما بديلين غير تامين التبادل ، يمكن إحلال أحدهما محل الآخر بمعدل حدي للإحلال متناقص.

وتتكون خريطة سواء الدخل ووقت الفراغ بالنسبة للمستهلك من مجموعة منحنيات السواء المختلفة التي تمثل تفضيلات المستهلك ما بين الدخل ووقت الفراغ، ويكون لخريطة سواء الدخل ووقت الفراغ نفس خصائص منحنيات السواء المذكورة في الفصل الرابع. وتظهر خريطة السواء على النحو الموضح بالشكل رقم (٥-٥).

شكل رقم (٥-٥)

خريطة سواء الدخل ووقت الفراغ



فكلما ابتعدنا عن نقطة الأصل زاد مستوي الإشباع المتحقق للفرد من مجموعات الدخل ووقت الفراغ المختلفة ، والعكس.

٣-٢: خط الدخل - الاجر:

يمثل هذا الخط مستويات الدخل التي يمكن تحقيقها بعدد محدد من ساعات

العمل (بالتضحية بوقت الفراغ) يومياً عند أجر محدد لساعة العمل. وذلك كما يتضح من الجدول رقم (٦-٥).

جدول رقم (٢-٥)

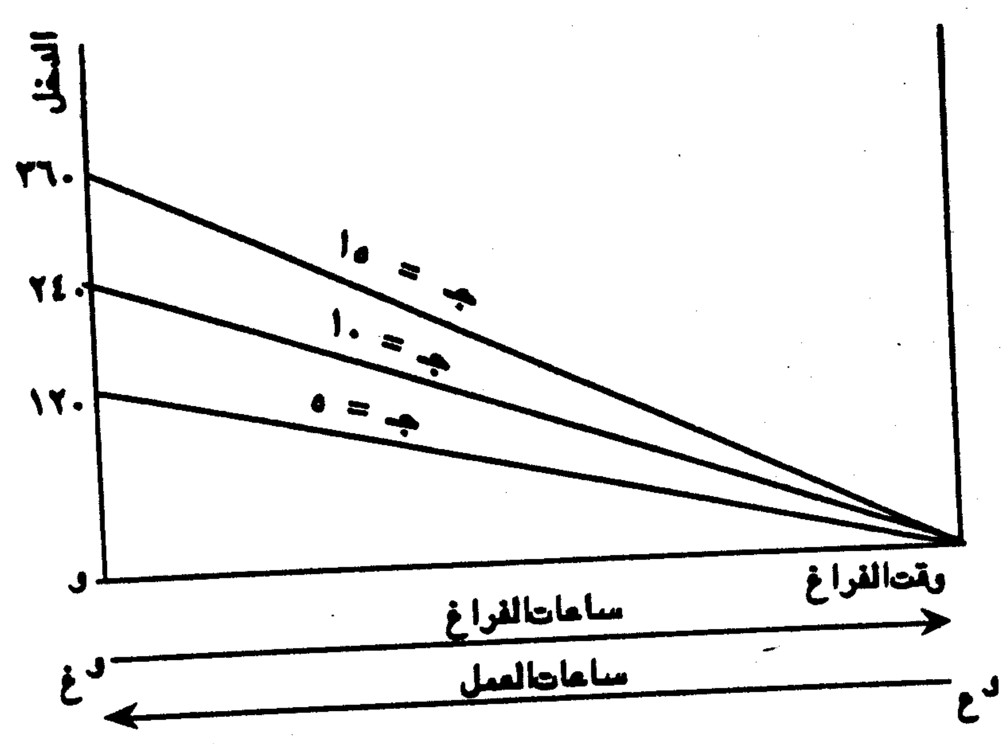
خط الدخل - الأجر عند مستوي أجر ٥ جنيه للساعة

المجموعة	(١)	(٢)	(٣)	(٤)	....	ن
الدخل	صفر	٢٠	٢٥	٤٠	....	١٢٠
ساعات الفراغ	٢٤	٢٠	١٩	١٦	....	صفر

فعندما يقرر الفرد الاحتفاظ بكل ساعات اليوم وقت فراغ (للراحة) فإن الدخل يكون صفر لأن ساعات العمل تكون صفر، وعندما يقرر الاحتفاظ بـ (٢٠) ساعة وقت فراغ فإنه يحصل علي دخل ٢٠ جنيه يعادل ساعات العمل مضروبة في الأجل (٤ × ٥) ، وعندما يقرر الاحتفاظ بـ (١٩) ساعة وقت فراغ (للراحة) فإنه يحصل

شكل رقم (٦-٥)

خطوط الدخل - الأجر



علي دخل ٢٥ جنيه (٥ × ٥) ، وهكذا .....، إلي أن يصل إلي التضحية بكل ساعات الفـــراغ أي يكون وقت الفـراغ معـادلاً للصـفر، فـإنه يحصل علي دخل ١٢٠ جنيـه (٢٤ × ٥) . وبتمثـيل بيانات الجدول السابق بيانيـاً نحصل علي خط الدخل - الأجر رقم (١) في الشكل رقم (٦ -٥) ، وعندمـا يرتفع الأجر إلي ١٠ جنيه/ سـاعة يرتفع خط الدخل الأجر- الأجر.

وعندما يتـغير مـعدل الأجر نحـصل علي عدة خطوط للدخل - الأجـر كل منها يمثل توليـفات ممكنة من الدخل ووقت الفـراغ عند مسـتوي أجـر معين ، وذلك كـما يتضح من الشكل رقم (٦-٥).

إذ أن الفـرد عندما يقـرر الاحـتفـاظ بكل سـاعات الفـراغ للراحـة يكون الدخل معـادلاً للصفر، أمـا إذا قرر التخلي عن كل سـاعات الفراغ فـإن الدخل يصبح ٢٤٠ (٢٤ × ١٠) . وإذا ارتفع الأجر مرة أخري إلي ١٥ جنيـه/ ساعة يرتفع خط الدخل - الأجر مـرة أخري، حيث يكون الدخل مـعادلاً للصفر إذا قـرر الفرد الاحتـفاظ بكل ساعات الـفراغ للراحة ، وإذا قرر التـخلي عن كل ساعات الفراغ فـإن الدخل يصبح ٣٦٠ جنيه (٢٤ × ١٥).

٣-٣ : الاختيار الأمثل للفرد بين الدخل ووقت الفراغ:

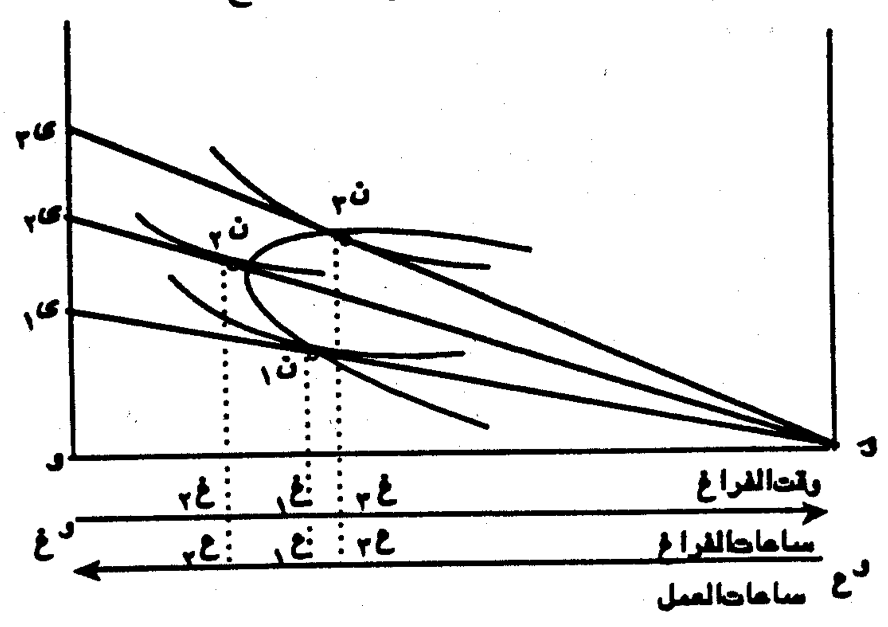
إن الفـرد الرشيـد يصل إلي الاختـيار الأمـثل ما بين التـوليفـات الممكنة للدخل ووقت الفـراغ، عندمـا يصل إلي الـنقطة التي يمس فـيـهـا خط الدخل - الأجـر أعل منحني سواء ممكن للدخل ووقت الفراغ ، ويمكن توضيح ذلك من تحليل الشكل رقم (٧-٥) ، فعـندما كان الأجـر (جـ$_{١}$ = ٥) كان خط الـدخل الأجر (وَ ي$_{١}$) ويتحـقق الاختيـــار الأمـثل للفرد عند النقطة (ن$_{١}$) ويكون وقت الفراغ (و غ$_{١}$) ووقت العمل (وَع$_{١}$) ، وعندمـا ارتفع أجـر ساعـة/ العـمل إلي (جـ$_{٢}$ = ١٠) ارتفع خط الدخل - الأجر إلي (وَ ي$_{٢}$) ويتحقق الاختـيار الأمثل للفرد عند النقطة (ن$_{٢}$) يخفض ساعات الفراغ إلي (وغ$_{٢}$) وزيادة ساعات العمل إلي (وَع$_{٢}$) ويحصل الفرد علي دخل اعلي وهو

(ي٢) بهذا العـدد من ساعات العـمل. وإذا ارتفع أجر سـاعة/ العمل مـرة أخري إلي (جـ٣ = ١٥) ارتفع خط الدخل - الأجر مـرة أخري إلي (وَ ي٣) ويتحـقق الاختـيار الأمثل للفـرد عند النقطة (ن٣) بزيادة ساعـات الفراغ إلي (و غ٣) وخفض سـاعات العـمل إلي (وَ ع٣) ، ويحـصل الفـرد علـي دخل أعلي وهو (ي٣) بهـذا العـدد من ساعات العمل.

وبتوصـيل النقاط (ن١) و (ن٢) و (ن٣) نحصل علي خط يـوصل بين نقاط تماس منحنيـات سوآء الدخل ووقت الفراغ وخطوط الـدخل - الأجر، وهذا الخط (ن١ ن٢ ن٣) يمثل نقاط الاختـيـار الأمثل للفرد، ويمثل هـذا الخط العلاقة بغـير المباشـر لمنحني عرض العـمل للفرد. ويشيـر هذا الخط إلي أنه كلما ارتفع مـعدل الأجور فـإن الفرد يزيد من ساعـات العمل بدرجـة كبيـرة في البداية ، ثم يبـدأ بزيادة أوقات عـمله بعد ذلك بدرجة أقل مع ارتفاع معدلات الأجور. وعنـد تصل الأجور إلي مستوي مرتفع يقوم الفرد بخفض أوقات عمله تدريجياً.

شكل رقم (٧-٥)

الاختيار الأمثل بين الدخل ووقت الفراغ



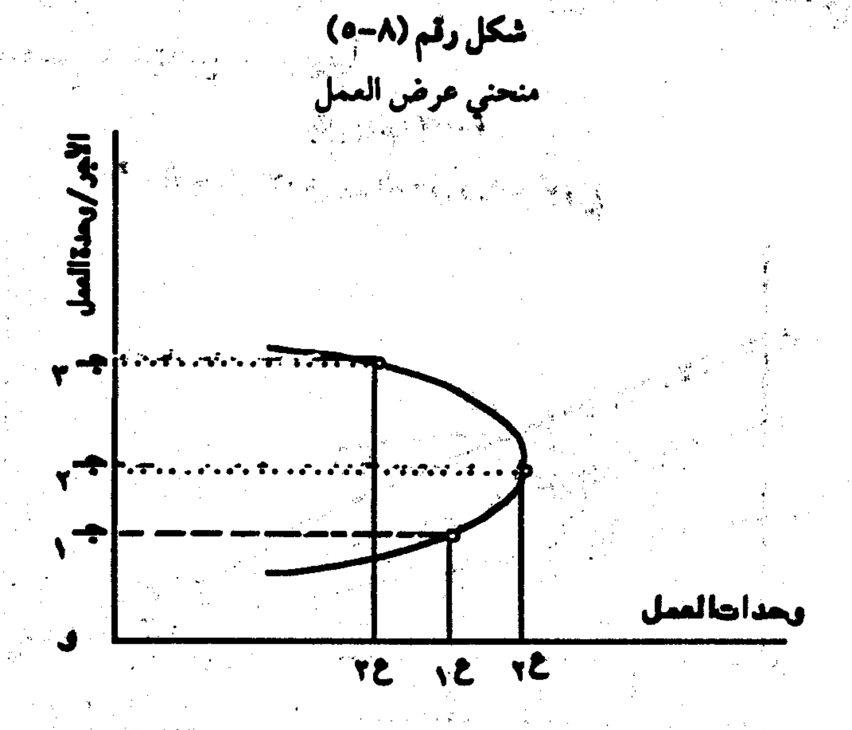
٣-٤ : منحني عرض العمل:

بإعـادة ترتيب المعلومـات التي نحصـل عليهـا من الشكل رقم (٧-٥) يتـاح لنا بيانات عن مـعدل الأجر والكميـات المعروضـة من العمل، وبوضع بيانات مـعدلات الأجور علي المحـور الرأسي وبيانات الكميـات المعـروضة من وحدات العـمل علي المحـور الأفقي، نـحصل علي العـلاقـة المباشرة بين مـعـدلات الأجور والـكميـات المعروضة من وحدات العمل ويطلق علي تلك العلاقة منحني عرض العمل.

ويتضح أنه عندما كان الأجر (جـ١) كانت الكمية المعـروضة من ساعات العمل (و ع١) ، وعندما يرتفع الأجر إلي (جـ٢) زادت ساعات العمل إلي (و ع٢) ، وعندما ارتفع الأجر مرة أخري إلي (جـ٣) انخفضت ساعات العمل إلي (و ع٣) . كما يتضح من الشكل رقم (٨-٥).

شكل رقم (٨-٥)

منحني عرض العمل



ويتـضح أن منحني عـرض الـعمـل منحني مـرتد للخلف، أي أنه يمثل منحني عرض عادي عند مستويات الأجور المنخـفضة ، ويتحول إلي منحني عرض شاذ عند

مستويات الأجور المرتفعة ، وينطبق ذلك عل بجميع المهن المختلفة. ويمكن تطوير منحني عرض العمل ليعكس منحني عرض مجموعة من الأفراد في سوق العمل عندما تنضم إليه منحنيات عرض الأفراد الآخرين. وكل ما نحتاجه هو تعديل الأرقام المقاسة علي الأحداثي الأفقي. وبذلك يمكن لنفس المنحني أو أي منحني شبيه له أن يستخدم في تصوير استجابة جميع أفراد القوة العاملة في المجتمع للمستويات المختلفة من الدخل. وهنا يعاد تحديد الأحداثيات (فالكميات تتحول إلي مئات الملايين من الرجل/ ساعة ، ويصبح السعر متوسط الدخل الحقيقي لكل فرد يعمل).

فالأفراد في الدول المختلفة قد يحددون لأنفسهم مستوي معين من المعيشة ، ولايحتاجون إلي زيادة دخولهم أكثر مما هو ضروري للحصول علي السلع والخدمات العادية ، ولذلك فإنه عندما يبدأ مثل هؤلاء الأفراد في العمل فإنهم يعملون فترة تكفي لاكتساب حجم من الدخل يكفيهم ، ثم يتجهون بعد ذلك إلي خفض ساعات العمل مع ارتفاع الأجر ، ويقترح البعض أنه حتي يمكن الحصول علي مزيد من العمل من هؤلاء الأفراد ينبغي تخفيض أجورهم ، ولكن عندما يبدأ هؤلاء الأفراد في التعرف علي السلع وخدمات جديدة يتركون عاداتهم القديمة يسعون إلي زيادة دخولهم للحصول علي كل ما هو جديد وحديث، ويجدون أن الدخول مهما زادت تعجز عن إشباع كل ما يرغبه الفرد، ومن ثم يصبح ميل منحنيات العرض موجب.

٣-٥: تأثير ضرائب الدخل على منحني عرض العمل:

يعتمد تأثير ضرائب الدخل علي عرض العمل بالنسبة للأفراد أساساً علي ميل منحنيات عرض العمل، فإذا كانت جميعها موجبة ، فإن الضريبة ستؤدي بالقطع إلي تخفيض عدد الساعات التي يرغب الأفراد تخصيصها للعمل، لأن الضريبة تخفض (أي الدخل) المحصل، ومن الناحية الأخري، إذا كان ميل كل منحنيات العرض سالبة تكون الآثار عكس ذلك ، فضرائب الدخل علي عرض مزيد من العمل وليس

أقل، ولكن علي ضوء ما يتوافر من معلومات لايستطيع أحداً أن يعلم شيئاً عن عدد الملايين من الأفراد الذين يتبعون نوع واحد من منحنيات العرض وعدد الملايين في النوع الآ]ر كذلك لا أحد يعرف عدد الأفراد الذي يكون منحني العرض لهم يرتفع إلي أعلي اتجاه اليمين ثم يرتد بعد ذلك إلي الخلف، ويعتمد أثر ضريبة الدخل علي ما إذا كان هؤلاء الأفراد علي هذه المنحنيات. كذلك فإن الميول تجاه تفضيل الفراغ أو الدخل دائمة التغير عبر الزمن مثل تغير الأذواق علي السلع الاستهلاكية ، لذلك فإن، آثار ضرائب الدخل تنعقد بدرجة أكبر نتيجة لهذه التغيرات وانتقال منحنيات عرض العمل.

٤ : اختيار المستهلك بين الاستهلاك الحالي والاستهلاك في المستقبل[١]:

عندما يكون الإنفاق الاستهلاكي للفرد في الفترة الحالية أقل من دخله الجاري ، فإن ذلك يعني أن الفرد قرر إدخار جزء من دخله ليمكنه من زيادة الإنفاق الاستهلاكي في المستقبل. ويشير هذا الادخار الموجب إلى أن المستهلك يقوم يقوم بإحلال استهلاك المستقبل محل الاستهلاك الحاضر. أما عندما يكون الإنفاق الاستهلاكي للفرد في الفترة الحالية اكبر من دخله الجاري فإن ذلك يعني أن الفرد يقوم بالاقتراض لتمويل استهلاكه الحالي، وسيترتب علي ذلك أن المستهلك سيقتطع جزء من دخله في المستقبل لسداد اقتراضه في الفترة الحالية . ويشير هذا الادخار السالب في الفترة الحالية إلي أن الفرد يقوم بإحلال استهلاك الحاضر محل استهلاك المستقبل.

فنفترض أن المستهلك ينفق دخله علي سلعة واحدة أو علي مجموعة سلعة ثابتة التكوين، وتقوم بتمثيل الإنفاق الجاري للمستهلك عل يالمحور الأفقي والإنفاق المستقبل علي المحور الرأسي ، كما في الشكل رقم (٩-٥) ، وتمثل خريطة السواء في

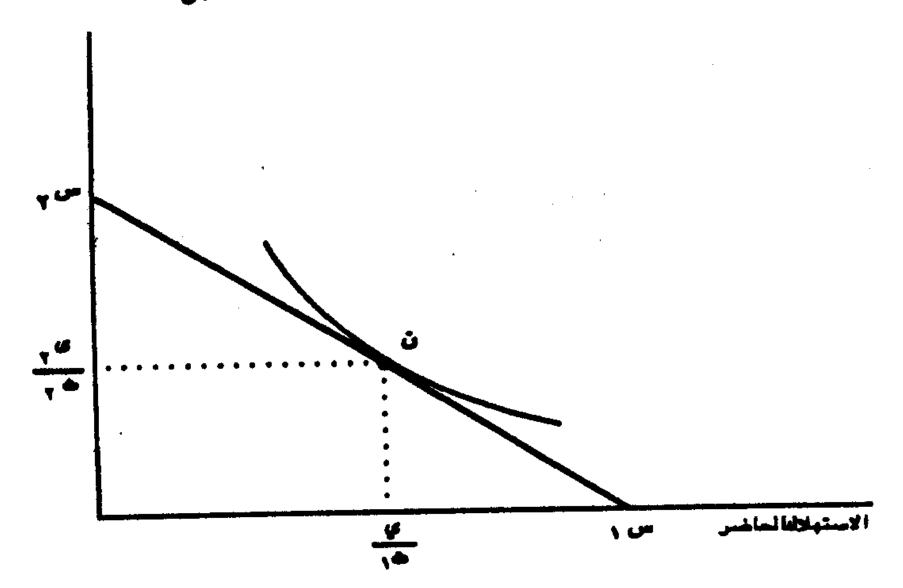
(١) المفاضلة ما بين الاستهلاك والادخار خلال دورة الحياة ، التفضيل الزمني ما بين الاستهلاك والادخار.

الشكل هيكل تفضيلات المستهلك بين الاستهلاك الحاضر والاستهلاك المستقبل، ويمثل أي منحني سواء التوليفات المختلفة من الاستهلاك الحاضر والاستهلاك المستقبل التي تعطي المستهلك نفس مستوي الإشباع ، وكلما ابتعدت منحنيات السواء عند نقطة الأصل يرتفع مستوي إشباع المستهلك والعكس.

ويمثل خط الميزانية التوليفات الممكنة من الاستهلاك الحاضر والاستهلاك المستقبل التي يمكن للمستهلك تحقيقها بدخله الجاري (ي١) ودخله المستقبل (ي٢). فإذا افترضنا أن سعر السلعة المتاحة للمستهلك في الفترة الحالية هو (ث ١) وفي الفترة المستقبلية هو (ث ٢) وأن المستهلك سينفق دخل كل فترة من الفترتين في نفس فترة اكتساب الدخل ودون إدخار موجب أو إدخار سالب ، ولذلك يكون المستهلك عند النقطة (ن) علي خط الميزانية حيث يستهلك حالياً الكمية (ي١ ÷ ث ١) وفي المستقبل يستهلك الكمية (ي٢ ÷ ث ٢) من السلعة .

شكل رقم (٩-٥)

المفاضلة بين الاستهلاك الحاضر والاستهلاك المستقبل



فإذا قرر المستهلك إنفاق دخل الفترتين (١ ، ٢) في الفترة الحالية ، وذلك عن طريق افتراض ما يعادل دخل الفترة المستقبلة بالفترة الحالية ، فإن هذا الاختيار سيقع

عند النقطة (ب) وعندها ستكون الكمية المطلوبة من السلعة في الوقت الحالي تعادل الكمية :

$$و_ب = \frac{ي_١ + \frac{ي_٢}{١ + ف}}{ث_١}$$

وفي هذه الحالة لن يستهلك شيئاً في المستقبل.

أما إذ قرر المستقبل إنفاق دخل الفترة (١ ، ٢) في الفترة المستقبلة ، وذلك عن طريق إدخار كل دخل الفترة الحالية لإنفاق المستقبل، فإن هذا الاختيار سيقع عن النقطة (أ) ، وعندها ستكون الكمية المطلوبة من السلعة في الفترة المستقبلة تعادل الكمية .

$$و_أ = \frac{ي_٢ + ي_١ (١ + ف)}{ث_٢}$$

وفي هذه الحالة لن يستهلك شيئاً في الفترة الحالية.

الفصل السادس
نظرية التفضيل المستوحي ومدخل الصفات
وتفسير سلوك المستهلك

١: مدخل الصفات في اختيار المستهلك:

يعتقد معظم الاقتصاديين حتي الوقت الحاضر أن تحليل منحنيات السواء يمثل التحليل الحديث لسلوك المستهلك مقارنة بتحليل المنفعة والذي يمثل التحليل التقليدي لسلوك المستهلك، ولم يكن هذا الاعتقاد نابع من فراغ، إذ أن معظم إساهامات الاقتصاديين في نظريات تحليل سلوك المستهلك بعد ظهور تحليل منحنيات السواء، جاءت معتمدة بدرجة أو أخري علي هذا الأسلوب في التحليل، ومن أشهر الإساهامات الحديثة في هذا الاتجاه "نظرية التفضيل المستوحي" و"مدخل الصفات"، وسنحاول في هذا الفصل تحليل سلوك المستهلك بالاعتماد علي تلك النظريات الحديثة.

يقوم مدخل الصفات لتحليل سلوك المستهلك علي فكرة وهي أن تفضيلات المستهلك بين السلع تصاغ علي أساس احساسه بوجود بعض الصفات أو الخصائص المرغوبة التي تتجسد في هذه السلع أو التي ترتبط بها. فبالنسبة لسلعة السيارات مثلاً لا ينظر إليها علي أنها تكتل من الصلب والبلاستيك والمطاط، ولكن ينظر إليها علي أنها الوسيلة التي بمقتضاها يحصل المستهلك علي خدمة للنقل والراحة والهيبة والخلوة وحب الظهور وغير ذلك من الخصائص التي يفضلها. والوجبة الغذائية في مطعم مزخرف لاتشتري من أجل امتلاء معدة الإنسان وإشباع حاجته للطعام، ولكن للتمتع بخصائص البيئة المحيطة أثنآء تناول الطعام والتي تدعو إلي البهجة والسرور والخدمة اللطيفة والمذاق المميز والرفقة الطيبة وعدم الحاجة إلي تنظيف المائدة، ولايمارس رياضة القفز بالمظلات أولئك الذين يرغبون في السقوط من الطائرة، ولكن أولئك الباحثون عن الخطر والفرح والخلوة والخصوصية والشجاعة والشهرة.

وإذا كانت تلك الخصائص والصفات هي المطلوبة بدلاً من السلع نفسها، لذا

فيمكن تحليل سلوك المستهلك من خلال مدخل الصفات مباشرة دون اللجوء إلي طريقة غير مباشرة وهي مدخل (س أ) عندما تتاح صفة معينة (كالإثارة exciterment) في عديد من السلع المختلفة (مثل السيارة والقفز بالمظلات والتزحلق علي الماء) ، وفي مثل هذه الحالة يحصل المستهلك علي مستوي إشباع معين من الإثارة من بعض وليس بالضرورة كل مصادر العرض المتاحة ، ويساعد مدخل الصفات في تفسير هذا السلوك.

وعلي خلاف مدخل السلع الذي يأخذ تفضيلات المستهلك بين السلع المختلفة علي أنها حقيقة لايمكن حسابها أو قياسها، فإن مدخل الصفات ينظر فيما وراء هذه التفضيلات لتفسيرها في ضوء خصائص وصفات هذه السلع. ذلك أن مدخل السلع لايستطيع أن يفسر بعبارات بسيطة السبب الذي من أجله لايشتري - مثلاً - مستهلك معين نوعاً معيناً من السيارة ولايزور علي الإطلاق بعض المطاعم القريبة منه. أما مدخل الصفات يساعد بدرجة كبيرة في تفسير اختيار المستهلك بين مثل هذه المجموعات البديلة ، وبالإضافة إلي ذلك فإن هذا المدخل يساعد المتجين علي إدخال سلع جديدة في التحليل والتعرف علي أجزاء جديدة من السوق، والبحث في أسباب الخلل في عرض السلعة الموجودة.

وفي معظم الحالات لن يقدر المستهلك علي شراء الصفات المرغوبة مباشرة ، ولكنه ينبغي أن يشتري هذه الصفات بطريقة غير مباشرة ، وذلك من خلال شراء السلع التي تشتمل على الصفات المطلوبة ، وعلي أي حال فإن السلع المختلفة تعطي كميات وتوليفات متباينة من الصفات المطلوبة ، ويمكن تحليل الكيفية التي بها يختار المستهلك بين السلع للحصول علي أقصي إشباع ممكن من خلال مثال رجل خبير في المأكولات والمشروبات Gourmet يتناول طعامه في الخارج عادة ، وله اختيار بين ستة مطاعم مجاورة ، وبالتالي فإن هذا الخبير يرغب في الاختيار بين ستة سلع (الوجبة وصفاتها المرتبطة بها في كل من المطاعم الست) من أجل الحصول علي أقصي منفعة ممكنة .

ولكي نصور المشكلة بيانياً، نفترض أن الخبير يبحث عن صفتين اثنين فقط هما: المنظر الخارجي exotic atmosphere وأسلوب الطبخ haute cusine وتقدم المطاعم الستة هذه الخصائص بنسب متفاوتة وأسعار متباينة ، ودعنا نفرض أن الخبير بعد زيارة جميع المطاعم الستة يضع لكل مطعم نسباً من ١٠٠ لكل من المنظر الخارجي وأسلوب الطبخ ، كما يظهر من الجدول رقم (١-٦).

جدول رقم (١-٦)

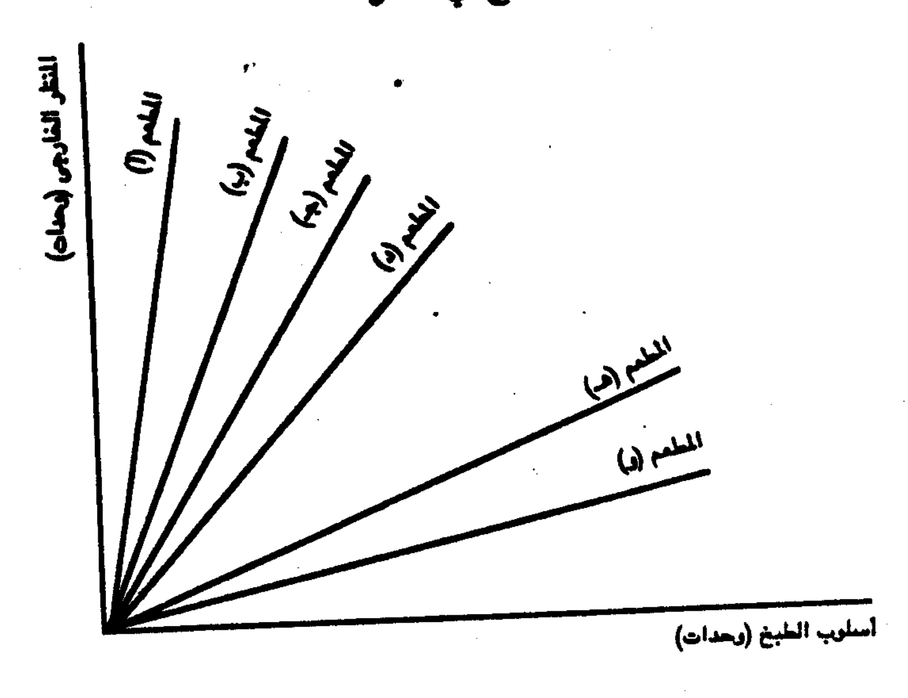
تقدير الخبير لمضمون الصفات في ستة مطاعم

المطعم	تقدير الصفات (من ١٠٠)		نسبة المنظر الخارجي إلي أسلوب الطبخ
	المنظر الخارجي	أسلوب الطبخ	
أ	٦٧	٣٠	٢,٢٣
ب	٩٤	٥٠	١,٨٨
جـ	٧٦	٨٦	٠,٨٨
د	٥٧	٩٠	٠,٦٣
هـ	١٨	٧٢	٠,٢٥
و	١٠	٧٧	٠,١٣

وفي الشكل رقم (١-٦) يمكن تصوير المنتجات الست في فراغ الصفة كأشعة من نقطة الأصل، ويتحدد ميل كل شعاع بنسبة المنظر الخارجي إلي أسلوب الطبخ في المنتجات الست كما هو في الجدول رقم (١-٦) ، فإذا أراد المستهلك أن يزور المطعم (أ) فإنه يسير علي امتداد الشعاع الأشد انحداراً الذي يستوعب الصفتين بالنسب الموضحة ، وتظهر المطاعم الأخري (المتجات) بواسطة الأشعة السفلي التي تعرض العلاقة بين "المنظر الخارجي" إلي "أسلوب الطبخ" بمعدلات منخفضة ، ويلاحظ أن السلعة التي تكون أحد صفاتها مفقودة تماماً مثل الطبخ المنزلي، فإنه يمكن تمثيلها بأحد المحورين (أنت تقرر أي المحورين).

شكل رقم (١-٦)

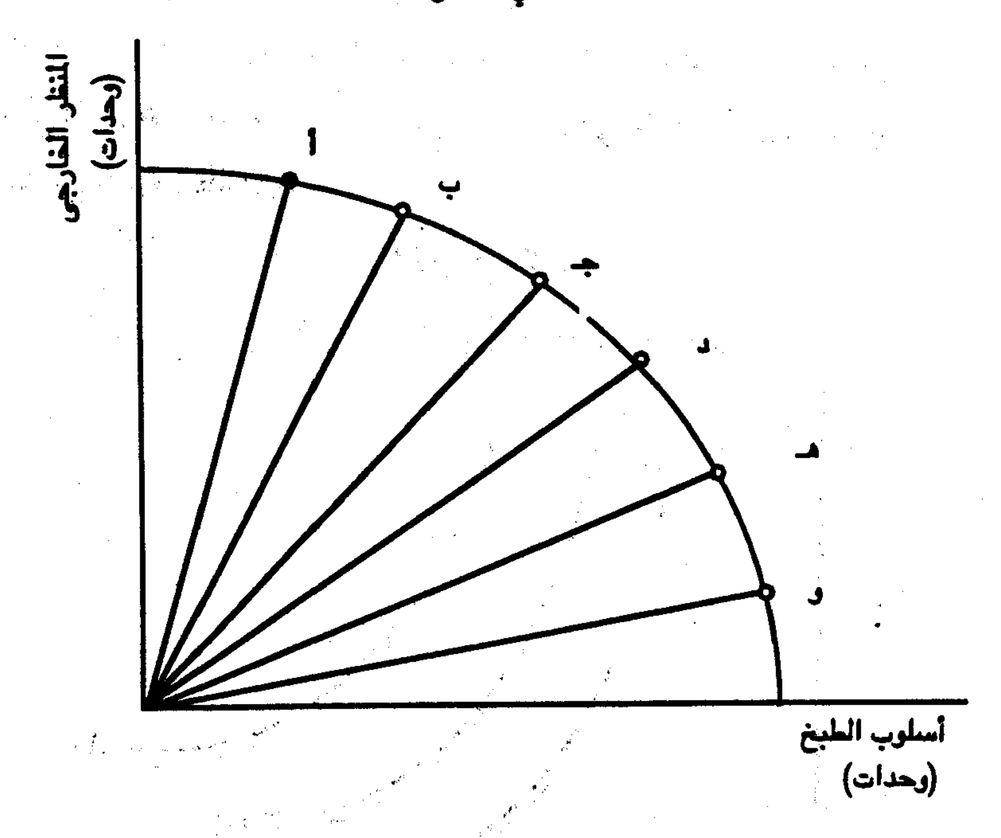
تصوير السلع في مدخل الصفات



ويتوقف تحديد المسافة التي سيصل إليها المستهلك (خبير المأكولات والمشروبات) علي امتداد كل شعاع أو تحديد مقدار السلعة (أ) أو أي سلعة أخري من المحتمل شراؤها - علي ميزانية (الخبير)، ولنفرض أن هذا المستهلك قرر أن يوزع مبلغ مائة جنيه في الشهر علي تناول الطعام في واحد أو أكثر من المطاعم الست، وفي تلك المطاعم الست تكون الأسعار متماثلة ولكنها ليست متطابقة ، وفي الشكل رقم (٢-٦) نضع علامة علي كل شعاع، وذلك عند النقطة التي تحقق تعادلاً بين مبلغ ١٠٠ جنيه وقيمة المنظر الخارجي وأسلوب الطبخ التي يمكن شراؤها بطريقة غير مباشرة من خلال زيارة وتناول الطعام في كل من المطاعم الست عدداً من المرات خلال الشهر، وبتوصيل هذه النقط علي كل شعاع، نحصل علي ما يعرف باسم "حد الكفاءة Efficiency Frontier في فراغ الصفات.

شكل رقم (٢-٦)

حد الكفاءة في مدخل الصفات



ويعتبر حد الكفاءة أقصي حد للتوليفات الممكن الحصول عليها من هاتين الصفتين في ظل قيد الميزانية . ويلاحظ أن أي نقطة علي هذا الحد يمكن أن يفضلها المستهلك بشراء توليفات من السلعتين المتاحتين (الصفتين المتاحتين)، وأن المستهلك الرشيد يفضل اختيار توليفات الصفات علي الحد ذاته بدلاً من أي توليفة داخل هذا الحد، وذلك لأنه يهدف إلي تحقيق أقصي إشباع ممكن.

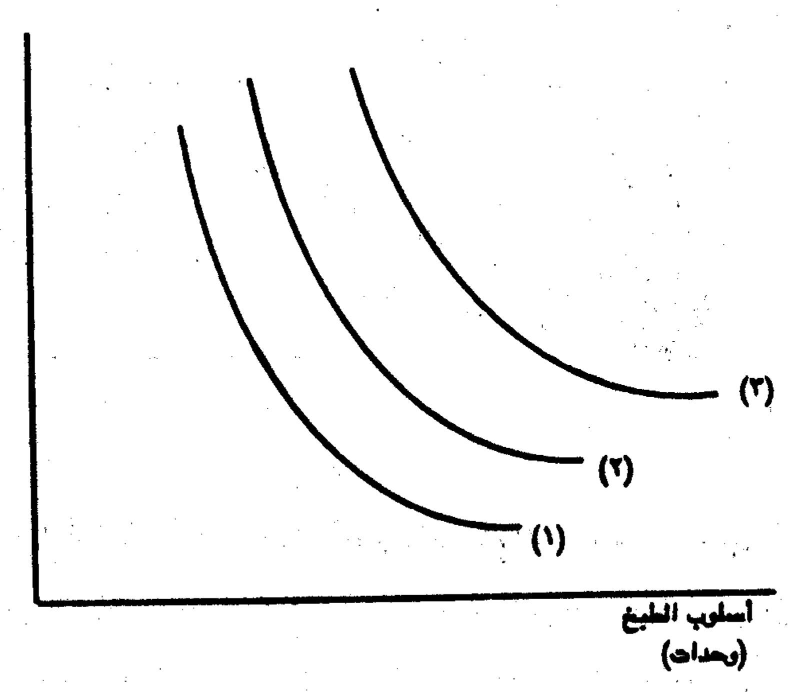
١-١: توازن المستهلك باستخدام مدخل الصفات:

وكما استطاع المستهلك التعبير عن التفضيل أو السواء بين توليفات مختلفة من السلع، فإنه سيكون قادراً كذلك علي التعبير عن التفضيل أو السواء بين أزواج من توليفات الصفات أو الخصائص. وعند أي توليفة معين من المنظر الخارجي وأسلوب الطبخ ، يكون الخبير قادراً علي أن يعبر عن المعدل الحدي للإحلال بين هاتين

الصفتين: وحدة ضافية من أسلوب الطبخ يمكن التخلي عنها مقابل قدر من المنظر الخارجي في ذهن المستهلك . وعليه فإن للمستهلك (الخبير) خريطة سواء كما في الشكل رقم (٣-٦) ، وكما ذكرنا من قبل فإن المنحنيات العليا تفضل المنحنيات السفلي، وأن هذه المنحنيات لها ميول سالبة وهي لاتتقابل ولاتتقاطع، كما أنها محدبة من ناحية نقطة الأصل.

شكل رقم (٣-٦)

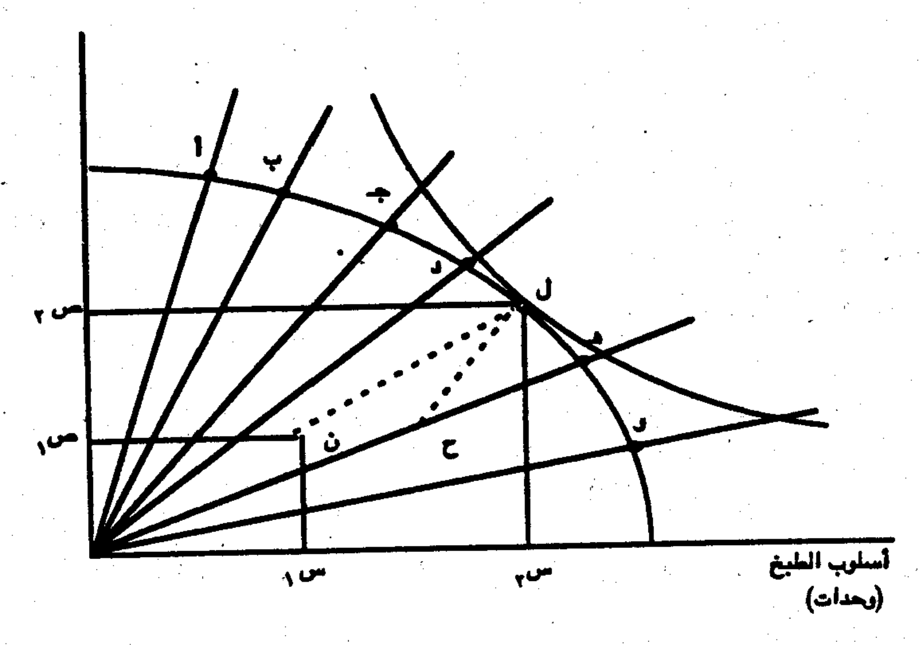
منحنيات السواء بين الصفات أو الخصائص



ويسبب وقوع كل من خريطة السواء وحد الكفاءة في فراغ الصفات، فإنه يمكن وضع أحدهما فوق الآخر لإيجاد توليفة الصفات أو الخصائص الذي يسمح للمستهلك بالوصول إلي أعلي منحني سواء ممكن . وفي الشكل رقم (٤-٦) يظهر منحني السواء (١) علي أنه مماس لحد الكفاءة عند النقطة (ل) ، ومع ثبات خواص منحنيات السواء، فإن توليفة الصفات (س٢) من أسلوب الطبخ يحقق للخبير أقصي منفعة ممكنة .

شكل رقم (٤-٦)

توازن المستهلك باستخدام مدخل الصفات أو الخصائص



ويلاحظ أن التوليفة (ل) يقع بين الشـعاع الذي يمثل المطعم (٠) والشعاع الذي يمثل المطعم (هـ) ، ولايوجد مطعم متاح يقدم الصفات أو الخصائص بنفس النسب التي تمثلها النقطة (ل) . وعلي أي حـال فإن خبيـر المأكـولات والمشـروبات يمكنه الوصول إلي تـوليفة النقـطة (ل) بمزج السلعة (د) والسلعـة (هـ): وهذا يعني أنه من خلال زيارة كل من المطعم (د) والمطـعم (هـ) عدداً من المرات، يستطيع المستهلك أن يسـتوعب بإحكام توليـفـة الصـفات الذي تمـثله النقطة (ل) وذلك بواسطة تجميع الصفات التي يستوبعها المستـهلك عند كل مطعم عبر إجمال يعدد زياراته في الشهر. وإذا قام الخبير بزيارة المطعم (د) حتي يبلغ النقطة (ن) علي ذلك الشعاع، فإنه يحصل علي وحـدات قدرها (ص ١) من المنظر الخارجي، (س١) من أسلوب الطبخ ، وعند النقطة (ن) ينبـغي أن يتحول المستهلك إلي المطعم (هـ) لكي تتـجمع لديه الصـفات بالمعدلات اللازمة لبلوغ النقطة (ل) والخط (ن ل) له نفس مـيل الشعاع الممثل المطعم (هـ) في الشكل رقم (٤-٦) ، ولكي ينفق المستـهلك المبلغ البـاقي من مائة جـنيه في

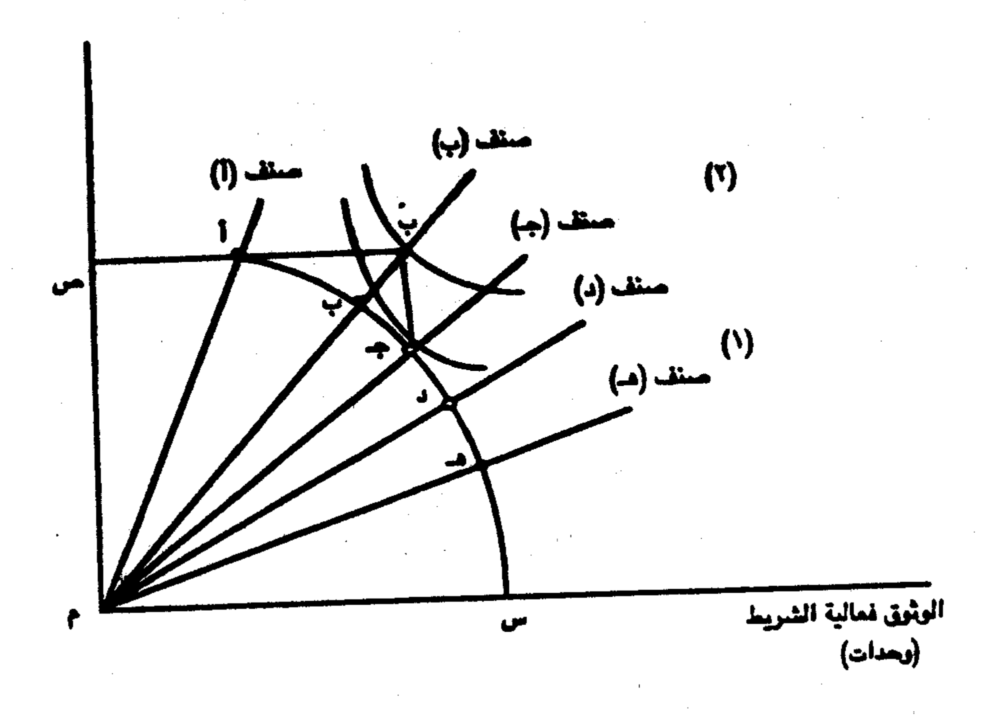
المطعم (هـ) ، فإنه يحصل علي زيادة مقدارها ($ص_{2}$ $ص_{1}$) وحدة من المنظر الخارجي ($س_{2}$ −$س_{1}$) وحدة من أسلوب الطبخ ، وهو بالتالي يعظم المنفعة بالحصول علي إجمالي مقداره ($ص_{2}$) وحدة من الأول، ($س_{2}$) وحدة من الأخير، وبالتبادل يمكن للمستهلك أن يصل إلي النقطة (ل) من خلال زيارة المطعم (هـ) حتي يصل فعلاً إلي النقطة (ح) علي الشعاع الذي يمثل المطعم (هـ) ، وعندئذ يتحول إلي المطعم (د) للحصول علي الوحدات الباقية من الصفتين بالنسب الضرورية للوصول إلي النقطة (ل) ، وهكذا نجد طريقين لتعظيم المنفعة هما: (م ن ل) أو (م ح ل) في الشكل رقم (٤-٦) وحيث أن (م ن ل ح) معين متوازي الأضلاع ، فإن الطريق (م ح ل) يساوي الطريق (م ن ل) مادام (ن ت = ح ل ، م ح = ن ل) ، ولايعنينا هنا معرفة المطعم الذي يزوره الخبير أولاً، ولكن المهم هو تجمع الصفات أو الخصائص عند التوليفة (ل) دون الزيادة عن ١٠٠ جنيه التي تمثل قيد الميزانية ، ويمكن أن نري أن توليفة السلع غير المتجاورة (مثل و ، د) للوصول إلي نقطة علي الحد سيكلف أكثر من مائة جنيه ، وبالتالي يصبح غير ملائم.

١-٢: مدخل الصفات وتحليل أثر الثمن:

لنفرض أن ثمن إحدي السلع التي تجسم الصفات المطلوبة قد تغير، ما هو أثر ذلك التغير علي الطلب علي السلعة ؟.ما هو الأثر الذي سيحدثه ذلك علي السلع الأخري البديلة التي يرغب المستهلك أيضاً شراءها للحصول علي الصفات المرغوبة؟ ودعنا نتناول مثالاً جديداً لشخص محب للاستماع ويمتلك جهاز تسجيل كاسيت ويشتري بصفة متكررة شرائط كاسيت جديدة ، وهذا الشخص يتطلب صفتين أو خاصيتين رئيسيتين في هذه الشرائط أعني "صفاء الإصدار الجديد للصوت" و"الوثوق من فعالية الشريط". وتوجد خمسة أصناف متاحة من هذه الشرائط، ويظهر حد الكفاءة واثنين من منحنيات سواء محب الاستماع في الشكل رقم (٥-٦).

شكل رقم (٥-٦)

أثر الثمن في ظل مدخل الصفات: حالة (١)

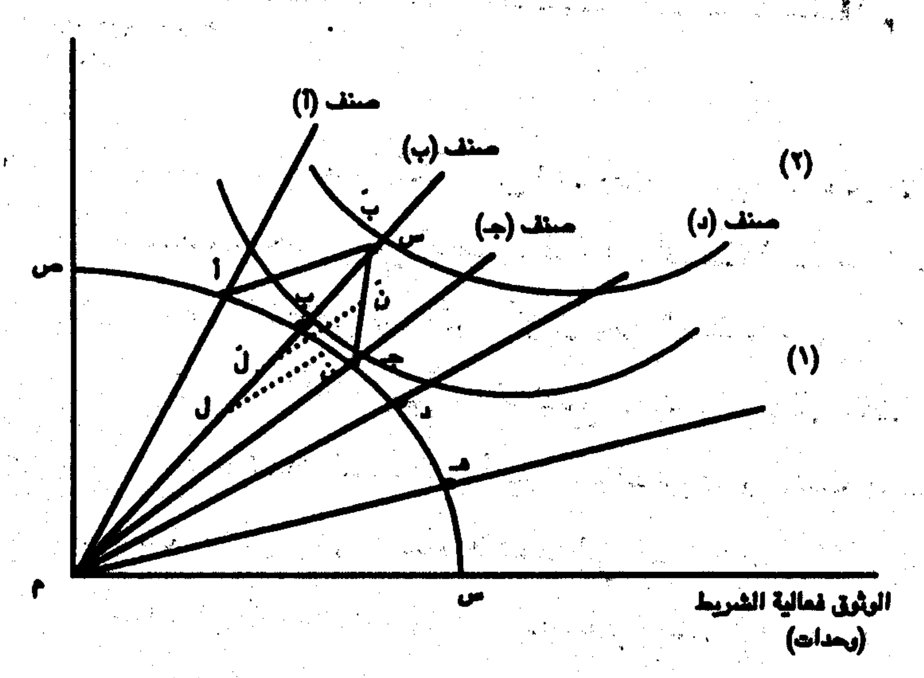


وبصفة مبدئية يمثل حد الكفاءة (ص أ ب جـ د هـ س) أسعار الأصناف الخمسة ، وأن المستهلك يحصل علي أقصي منفعة عند النقطة (جـ) حيث يلامس منحني السواء (١) حد الكفاءة . ولنفرض الآن أن ثمن الصنف (ب) قد انخفض بحيث ينتقل حد الكفاءة إلي الخارج علي امتداد شعاع الصنف (ب) إلي النقطة (بَ) وعليه يصبح حد الكفاءة ممثلاً بالنقط (ص أ بَ جـ د هـ س) ، ويستطيع المستهلك الآن بلوغ منحني سواء أعلى (٢) بواسطة الانتقال إلي صنف آخر من الشرائط هو الصنف (ب) والسلعة (ب) تعطي الصفات والخصائص بنسب تختلف عن السلعة (جـ) التي كانت مفضلة قبل ذلك ، ولكن المستهلك يعرض معملاً حدياً للإحلال بين الصفات وهو يرغب في الابتعاد عن بعض من "الوثوق" في سبيل الحصول علي "صفاء" أكبر عند الثمن المنخفض ، وذلك من أجل زيادة المنفعة الكلية التي يحصل عليها المستهلك .

وفي الشكل رقم (٦-٦) تظهر حالة مختلفة فيها يخلط المستهلك مبدئياً سلعتين للحصول علي التوليفة المطلوب من الصفات، والمستهلك الثاني له ذوق ونمط تفضيلي بين الصفتين ، وذلك بالمقارنة بالمستهلك الأول الذي أوضحناه في الشكل رقم (٥-٦) وخريطة سواء المستهلك الثاني هي أن أعلى منحني سواء يمكن الوصول إليه مع افتراض حد الكفاءة الأولي (ص أ ب جـ د هـ س) يكون مماساً لهذا الحد عند النقطة (ن) وهذا المستهلك يفضل شراء كل من شرائط النوعين (ب ، جـ) وذلك باستخدام شرائط النوع (ب) حيث "النقاء" أكثر أهمية نسبياً. ودعنا نفترض أن طريقه للوصول إلي الحد هو (م ل ن) .

شكل رقم (٦-٦)

أثر الثمن في ظل مدخل الصفات : حالة (٢)



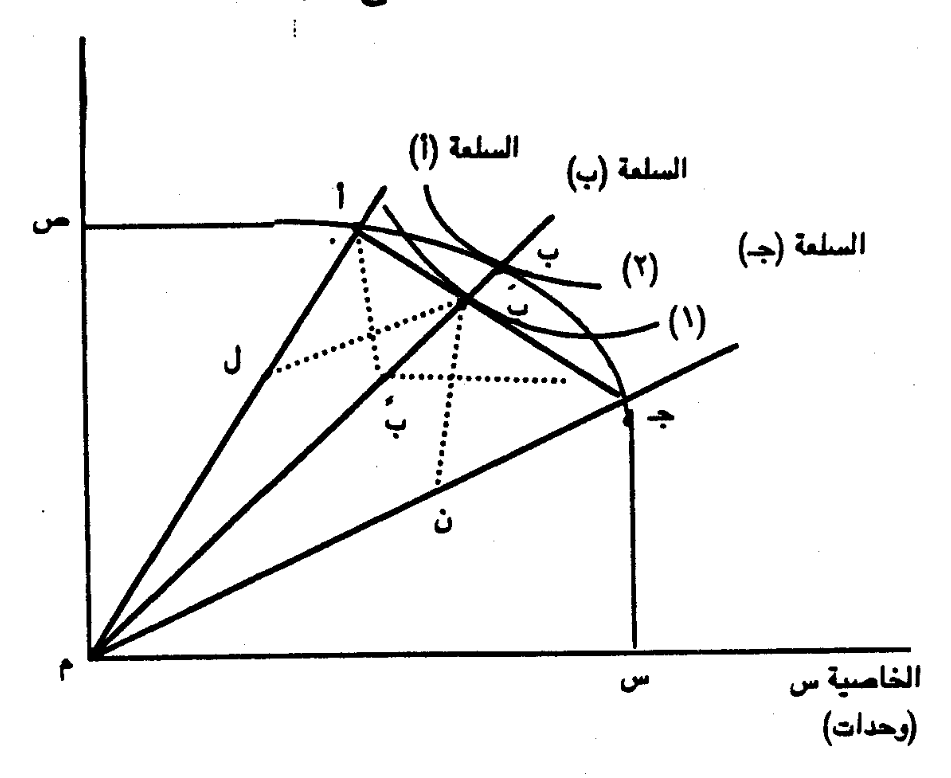
ومرة ثانية ينخفض ثمن شرائط النوع (ب) وبالتالي يصبح حد الكفاءة الجديد (ص أ بَ جـ د هـ س) ويكون المستهلك الثاني قادراً علي زيادة المنفعة بالانتقال إلي النقطة (نَ) علي منحني السواء (٢) . وهو لايزال يشتري شرائط من كل من النوعين (ب ، جـ) ولكنه الآن يشتري شرائط أكثر من النوع (ب) وشرائط أقل من النوع

(جـ) وبعد أن كان طريقه السابق إلي الحد هو (م ل ن) أصبح طريقه الآن (م لَ نَ) ، ويلاحظ أن (م لَ) أكبر من (م ل) ، وهذا يعني استيعاباً أكبر للصفات من السلعة (ب) وبالتالي مشتريات أكبر من هذه السلعة . ومن ناحية أخري فإن الجزء (لَ نَ) أقصر من (ل ن) ، وهذا يوضح انخفاض مشتريات المستهلك من السلعة (جـ) ، وإذا اتخذ المستهلك الطريق البديل الذي كان يسلكه قبل ذلك للوصول إلي حد الكفاءة ، علي امتداد شعاع السلعة (جـ) ، فإنه يمكن التحقق من أن تخفيض ثمن السلعة (ب) سوف يجعل المستهلك يشتري شرائط من النوع (ب) وشرائط أقل من النوع (جـ).

ومع التسليم بإدراك المستهلك حسياً بالصفات والخصائص المجسمة في سلعة معينة ، فإنه يوجد حد أقصي للثمن الذي يدفعه المستهلك للسلعة حتي إذا كانت هذه السلعة تعبر تماماً عن أذواقه وتفضيلاته ، ففي الشكل رقم (١٧) تظهر حالة بسيطة

شكل رقم (٧-٦)

تسعير سلعة "خارج السوق"



مكونة من ثلاث سلع تحقق الصفتين المطلوبتين وهما (س ، ص) ويحدث وضع الثمن الابتدائي حد الكفاءة (ص أ ب جـ س) ، ويحصل المستهلك علي أقصي منفعة علي منحني السواء (٢) من شراء السلعة (ب) فحسب ، فإذا فرضنا أن ثمن السلعة (ب) قد ارتفع الآن بحيث يصبح حد الكفاءة (ص أ بَ جـ س) ، فإن المستهلك لن يقدر علي الوصول إلي منحني السواء (٢) ، وبالتالي يجب أن يقنع بالمنحني الأقل (١) عند النقطة (ب) حيث لايزال يشتري فقط السلعة (ب) ، ولكنه بالضرورة يشتري وحدات أقل من السلعة (ب) بسبب ثمنها المرتفع وميزانيته الثابتة.

أما إذا ارتفع ثمن السلعة (ب) أكثر من ذلك بحيث يشتري إجمالي ميزانية المستهلك المنفعة علي السلعة (ب) توليفة الصفات التي توضحها النقطة (بً) مثلاً، فإن هذا المستهلك لن يشتري بعد وحدات أكثر من السلعة (ب) ، ويبقي حد الكفاءة عند (ص أ جـ س) وتهبط السلعة (ب) إلي داخل الحد. والآن سيكون شراء السلعة (ب) استخداماً غير ملائم وعاجز عن استخدام ميزانية المستهلك ، حيث تقدم السلع الأخري الصفات المطلوبة بطريقة أقل تكلفة أو أكثر رخصاً، ولايزال المستهلك قادراً علي بلوغ النقطة (بً) علي حد الكفاءة وعلي منحني السواء (١) ، ولكنه يسافر عبر الطريق (م ل ب) أو (م ن بً) بدلاً من السير علي امتداد الشعاع الممثل للسلعة (ب) ، وهذا يعني أن المستهلك يفضل الآن أن يضم السلعة (أ) والسلعة (جـ) لتعظيم المنفعة في حدود ميزانيته بدلاً من شراء أي مقدار من السلعة (ب) ، وهكذا فإن السلعة (ب) قد تم تسعيرها لتكون بعيدة عن متناول هذا المستهلك مع أنها تقدم الخصائص بالنسب الدقيقة المفضلة .

ويمكن أن يستمر مستهلكون آخرون في شراء السلعة (ب) إذا أحسوا بوجود وحدات أكثر من الصفات في كل وحدة من السلعة (ب) ، وذلك بالمقارنة بإحساس المستهلك الذي ناقشناه من قبل، ومن ناحية أخري يمكن أن يشتري بعض المستهلكين السلعة (ب) بسبب صفة مختلفة تقدمها تلك السلعة ، ولكنها ليست هامة بالنسبة للمستهلك السابق، وفي كلتا الحالتين تبقي السلعة (ب) علي حد الكفاءة ويتم

شراؤها بمعرفة المستهلكين الذين يحتاجون إليها من أجل تعظيم المنفعة بالرغم من ارتفاع ثمنها.

وهكذا نري أن أثر الثمن أو قانون الطلب ينطبق علي السلع حتي ولو كانت تشتري كوسيلة للحصول علي الصفات المطلوبة ، وكلما انخفض الثمن فإن المستهلك الذي كان يشتري السلعة موضع البحث سوف يشتري وحدات أكثر، كما أن المستهلكين الآخرين يبدأون في شراء الوحدات الأولي من تلك السلعة ، وبالعكس إذا ارتفع الثمن فإن المستهلك يشتري وحدات أقل أو قد تخرج هذه السلعة تماماً من السوق، وتبيع السلع البديلة وحدات أكثر عندما يزداد ثمن السلعة علي الشعاع المجاور، وتبيع وحدات أقل عندما ينخفض ثمن تلك السلعة علي الشعاع المجاور.

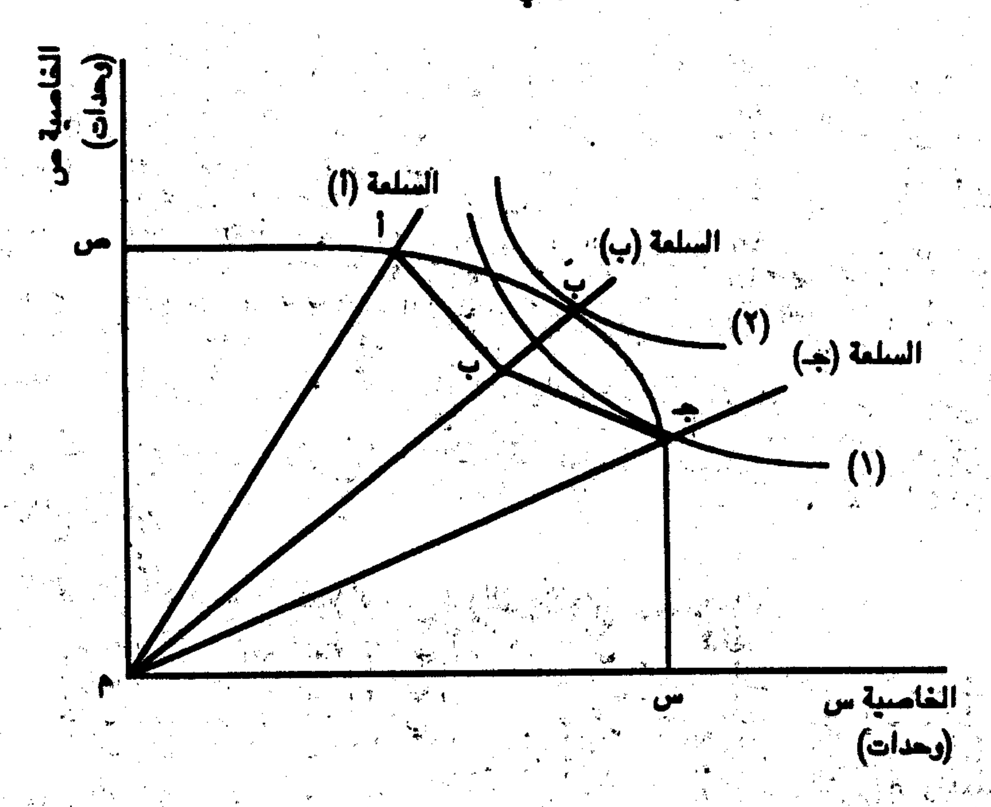
١-٣: مدخل الصفات والتغيرات في إدراك وأذواق المستهلك:

يمكن أن يتغير الإدراك الحسي للمستهلك عن كمية الخصائص والصفات المعينة المجسمة في كل وحدة من سلعة محددة ، تبعاً لنشاط الإعلان والترويج والمعلومات من مصادر أخري كالتقارير المنشورة بواسطة أجهزة اختيار المستهلك ، وبالإشارة رلي الشكل رقم (٨-٦) دعنا نفترض أن حد الكفاءة المبدئي هو (ص أ ب جـ س) ويبلغ المستهلك أعلي منحني سواء ممكن عند النقطة (جـ) وبالتالي يشتري السلعة (جـ).

ولنفرض الآن أن السلعة (ب) تستفيد من الحملة الإعلانية حيث يدرك المستهلك الآن كمية أكبر من كل من الصفتين (ص ، س) في السلعة (ب) عند نفس مستوي الثمن . وإذا كان المستهلك يدرك أن الخصائص قد ازدادت بنفس المعدل، فإن حد الكفاءة سوف يتحرك إلي الخارج علي طول شعاع السلعة (ب) من النقطة (ب) إلي النقطة (بَ) ، وهذا يتيح للمستهلك بلوغ منحني سواء أعلي (٢) باختياره السلعة (ب) . وبالتالي فإن هذا المستهلك يتم دفعه لشراء السلعة (ب) كنتيجة مباشرة للحملة الإعلانية ، وبالمثل فإن المستهلكين الآخرين الذين كانوا سابقاً لايشترون

شكل رقم (٨-٦)

تحليل الصفات للتغير في إدراك المستهلك تجاه السلعة



وحدات من السلعة (ب) أو بعضاً منها مع السلع المجاورة ، يتم دفعهم الآن لشراء وحدات أكثر من السلعة (ب) ، حيث أن ذلك يتيح لكل من هؤلاء المستهلكين بلوغ منحنيات سواء أعلي، أما بالنسبة لبعض المستهلكين فإن تغير الإدراك الحسي تجاه السلعة (ب) لن يكون كافياً بدرجة عظيمة لحمل هؤلاء المستهلكين علي شراء أي كمية من السلعة (ب) أو كمية أكبر منها.

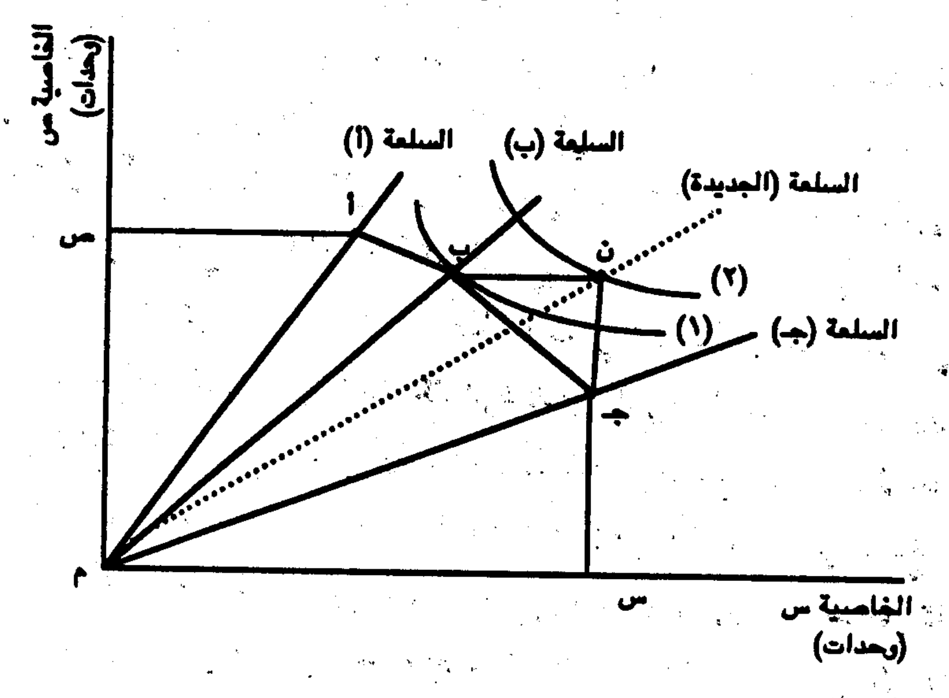
وإذا كان الإعلان يغير أذواق وتفضيلات المستهلك بين الصفات (س ، ص) فإن منحنيات السواء هي الأخري سوف تتحرك محدثة نقطة تماس جديدة علي حد الكفاءة ، وإذا كان الإعلان يوقظ رغبة المستهلك تجاه صفة معينة (مثل الطراز، المنزلة، التماثل) ، فإن ذلك يضيف بعداً جديداً لمشكلة اختيار المستهلك ، ولكنه لايغير من طبيعة الحل.

كذلك فإن ظهور سلعة جديدة لايمثل صعوبة في مدخل الصفات، فالسلعة الجديدة يمكن تمثيلها علي رسم بياني موجود كشعاع جديد، وإذا كانت نسبة الصفات التي تعرضها السلعة الجديدة هي نفسها في السلعة الحالية ، فإن السلعة الجديدة سوف تشغل نفس شعاع السلعة الحالية ، وعلي أي حال إذا كانت السلعة الجديدة تقدم توليفةً من الصفات لكل جنيه أكثر من توليفة السلعة الحالية ، فإن السلعة الجديدة سوف تدفع حد الكفاءة تجاه الخارج ، وسوف تحجب السلعة الحالية عن عيون المستهلك الرشيد؛ وما دامت منفعة الجنيه في السلعة الجديدة أكثر من منفعة الجنيه في السلعة القديمة ، فإن المستهلك الرشيد لن يشتري السلعة القديمة ، وفي حالة ظهور سلعة جديدة في السوق وليست متطابقة مع السلع الموجودة فيما يتعلق بالخصائص والصفات التي تعرضها، فسوف يكون في الرسم البياني شعاع جديد ، وإذا كانت أعلي نقطة ممكنة علي ذلك الشعاع (حيث ينفق إجمالي الدخل كله علي السلعة الجديدة) تقع خارج الحد الموجود، فإن السلعة الجديدة تعمل علي دفع حد الكفاءة تجاه الخارج عند نقطة لم تكن ذات أهمية قبل ذلك ، وفي كلتا الحالتين المذكورتين أعلاه حيث تمدد السلعة الجديدة حد الكفاءة ، يغير بعض المستهلكين استهلاكهم لصالح السلعة الجديدة حيث يزيح حد الكفاءة الجديدة منحنيات السواء التي تم الوصول إليها من قبل ويسمح لها بالوصول إلي منحني سواء أعلي جديد، وهذا يتضح من الشكل رقم (٩-٦) الذي يصور وضعاً أولياً لثلاث سلع فحسب هي (أ ، ب ، جـ) وحد الكفاءة الذي يتصوره المستهلك هو (ص أ ب جـ س) ويبلغ المستهلك منحني السواء (١) بشراء السلعة (ب).

ولنفرض الآن أن سلعة جديدة تم إنزالها في السوق، وهي تنافس السلع (أ ، ب ، جـ) بمعني أنها تعرض الصفات (س ، ص) وعلي أي حال فإن السلعة الجديدة تعرض هذه الصفات بنسب متباينة بين صفات السلعة (ب) وصفات السلعة (جـ) ، ويتم تسعير السلعة الجديدة بحيث يمتد حد الكفاءة إلي (ص أ ب ن جـ س) ، ويصبح المستهلك قادراً الآن علي الوصول إلي منحني السواء (٢) ، وذلك بالتحول

شكل رقم (٩-٦)

إضافة سلعة جديدة إلي مجموعة موجودة من السلع



إلي السلعة الجديدة . ويلاحظ أن السلعة الجديدة سوف تسرق المبيعات من كل من السلعتين (ب ، جـ) ولكن ذلك لن يؤثر علي السلعة (أ) ، وذلك إذا لم توجد أكثر من صفتين يرغبهما المستهلكون، وفي عالم الواقع يطلب المستهلكون أكثر من خاصيتين في آن واحد، ويجب أن نتوقع ظهور سلعة جديدة (أو نموذج جديد لسلعة موجودة) لتؤثر علي مبيعات سلسلة من المنتجات الأخري.

وتحسين الصفات يمنح هذا وسيلة لتحديد أجزاء السوق منحنيات نعرض الصفات والخصائص المطلوبة ، وتعبر أجزاء السوق عن مجموعات من المستهلكين لهم أذواق وتفضيلات متماثلة ، وبالتالي يتجهون إلي شراء سلع متماثلة . وتتجه مجموعات المستهلكين بمعدلات إحلال حدية متماثلة عند توليفة معين من الصفات للوصول إلي أعلي منحني سواء ممكن ، ويكون مماساً لحد الكفاءة عند نقاط متماثلة، والمستهلك في حالة انخفاض المعدل الحدي للإحلال بين الصفات يتجه إلي شراء سلع تتميز بوجود أشعة ذات نسبة مرتفعة نسبياً من الصفات، والعكس بالعكس،

وفي حالة شرائط الكاسيت التي ناقشناها سابقاً سنكون قادرين علي تميز جزئية "صفاء الموسيقي" علي أنها مكونة من أولئك الذين يملكون معدلاً حدياً منخفضاً للإحلال بين "الصفاء" و"الوثوق" وهم لهذا السبب يتجهون لشراء النوعين (أ ، ب) ومن ناحية أخري فإن المستهلكين الذين يملكون معدلاً حدياً مرتفعاً للإحلال يتجهون لشراء النوعين (د ، هـ) ويمكن تمييزها علي أنها جزئية "الوثوق".

والمعرفة بأجزاء السوق وعروض المتنافسين تتيح للمؤسسات القيام بتصميم منتجاتها بحيث تحتوي علي الصفات بالنسب التي ترغبها مجموعة معينة من المستهلكين، فاستراتيجيات التسعير والترويج والتوزيع يمكن التنسيق بينها بحيث تضم الخصائص المرغوبة والمعترف بها، ويتم تسعير السلعة تنافسياً في تلك الجزئية .

ويمكن تعريف وقياس بعض الصفات والخصائص بسهولة مثل صفات "القوة" و"التوفير في الوقود" المتعلقة بالسيارة . والمقياس الموضوعي "للقوة" يجب أن يعتمد علي أساس قوة الحصان للآلة ، أو قوة الحصان مقسومة علي وزن المركبة ، أو بعض المقاييس العددية المماثلة ، وبالمثل فإن التوفير في الوقود يمكن قياسه بواسطة وحدة معيارية للقياس مثل عدد الأميال في الجالون أو عدد اللترات في كل مائة كيلو متر، وعلي أي حال تظهر المشاكل مع الصفات والخصائص التي يمكن قياسها شخصياً فحسب مثل الزي الحديث، المكانة ، المنزلة ، الراحة ، والأمن، ومن الناحية النموذجية سيكون للمستهلك تقييم بديهي لهذه الصفات، وسوف يكون قادراً علي اتخاذ ما يبدو له أنه القرار الأمثل في ضوء المعلومات المتاحة .

وتظهر مشاكل التعريف والقياس عندما نحاول أن نفسر أو نتوقع سلوك المستهلك في ظل أوضاع عالم الواقع، وكما سوف نعلم فإن تحليل الصفات يعتبر ذا أهمية كبيرة للمنشآت التجارية فيما يتعلق باستراتيجيات التسعير والترويج ، والتوزيع، فإذا كانت المنشأة تستطيع التعرف علي ماهية الصفات التي يعتمد عليها المستهلكون في اختيارهم وعلي أي أساس يتم تقييم الصفات، فإنها تكون في مركز أفضل لزيادة المبيعات والأرباح من خلال تعديل وضبط واحد أو أكثر من استراتيجياتها التسويقية .

الباب الثالث

سلوك المنتج
فى إطار قواعد السوق الحر

- مقدمة
- مفاهيم منشآت الأعمال
- تحليل إنتاجية المدخلات فى المنشأة (قوانين الغلة)
- تحليل مستوى التشغيل الأمثل للمدخلات فى المنشأة
- تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة

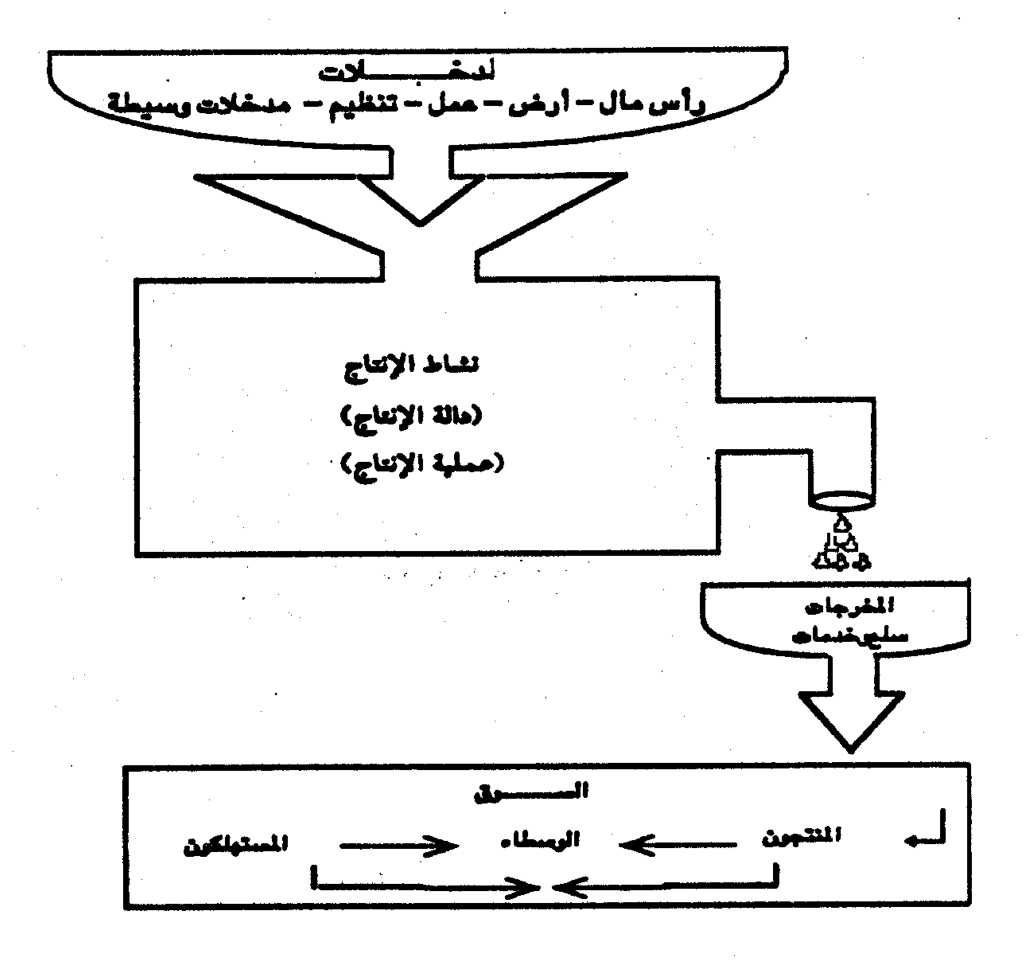
مقدمة :

يمكن تعريف الإنتاج بأنه نشاط اقتصادى يخلق منافع حالية أو مستقبلية، وإذا كان الإنتاج يمثل عملية تحويل المدخلات (الموارد الاقتصادية من عمل وتنظيم ورأس المال والأرض (المواد الخام) والمدخلات الوسيطة إلى مخرجات (سلع وخدمات) . فإن تلك المخرجات من سلع وخدمات تمثل المنافع المتولدة عن نشاط الإنتاج كنشاط اقتصادى. وبصفة عامة يمكن تعريف الإنتاج بأنه تحويل الأشياء من صورتها الحالية إلى صورة أخرى تكون أقرب إلى (أو أكثر قدرة على) تحقيق منفعة تشبع حاجة لدى أفراد المجتمع. ويمكن أن تتم عملية التحويل هذه بثلاثة أشكال.

إنتاج المنفعة الشكلية : يشمل العمليات التحويلية التى يترتب عليها تغيير صورة الأشياء الموجودة فى الطبيعة إلى صورة جديدة تكون أقرب إلى إشباع رغبة أو حاجة للأفراد، مثل زراعة الأرض بالأشجار أو قطع أشجار الغابات وتمويل الأشجار إلى أخشاب وتحويل الأخشاب إلى أثاث .. وهكذا.

إنتاج المنفعة الزمانية : يشمل العمليات التحويلية التى يترتب عليها نقل الوقت الذى تعرض فيه السلعة من فترة إلى فترة أخرى فى المستقبل، ولايتحقق ذلك إلا للمنتجات والأشياء القابلة للتخزين، وبالتالى فإن جميع المنشآت التى تنتج خدمات التخزين سواء بالتبريد أو التجفيف أو البسترة..... وغيرها فإنها تنتج المنفعة الزمانية.

إنتاج المنفعة المكانية : يشمل جميع العمليات التحويلية التى يترتب عليها نقل المنتجات من أماكن إنتاجها إلى أماكن الطلب عليها، وبالتالى فإن جميع المنشآت التى تنتج خدمات النقل - سواء البرى أو المائى أو الجوى للسلع أو النقل الإلكترونى للخدمات عبر شبكات المعلومات الدولية ، وما يرتبط بها من خدمات مساندة - فأنها تنتج المنفعة المكانية .

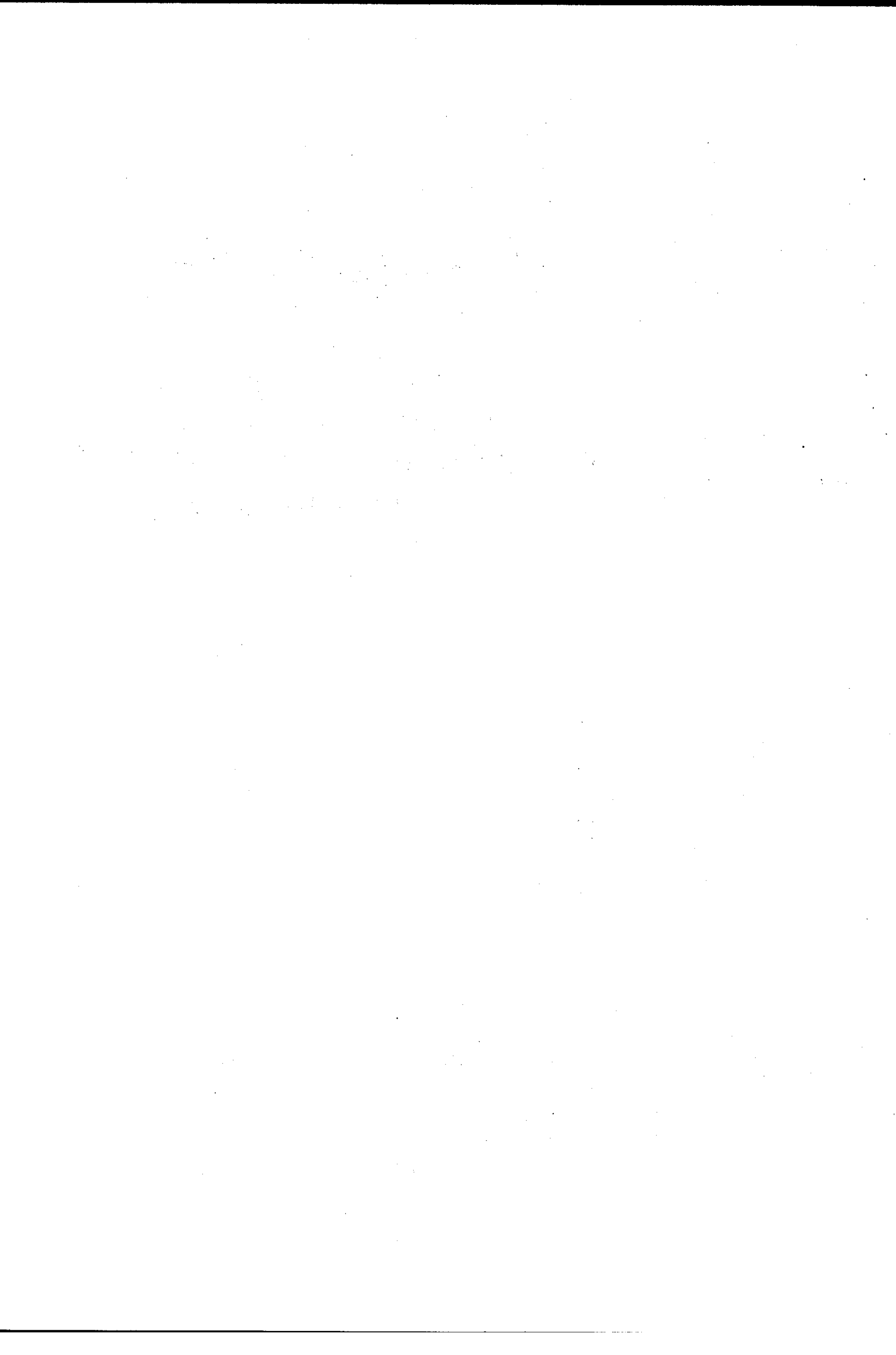


ومن هنا فإن تحليل الإنتاج فى هذا الكتاب لايقتصر على نوع معين من المنشآت الإنتاجية، ولكنه يمثل حالـة عامة يمكن تطبيقها على جميع المنشـآت الإنتاجية . سواء كانت مخرجاتهـا سلعية أياً كانت أولية أو وسيطة أو نهائية ، وسـواء كانت منتجاتها خدمية ، سواء كانت خدمات وسيطة أو نهائية، ويقصد بالخدمات الوسيطة الخدمات المنتجة لإشباع حاجات وحدات إنتاجية أخرى، بينما يقصد بالخدمات النهائية الخدمات المنتجة لإشباع حاجات أفراد المجتمع بصورة مباشرة . وإن كانت هناك منشآت بطبيعتها تنتج خدمات نهائية فقط مثل منشآت إنتاج خدمات الترفيه. إلا أن معظم المنشآت المنتجة للخدمات فإن جزء من إنتاجها يتجه إلى منشآت إنتاجية أخرى (خدمات وسيطة) ويتجه الجزء الآخر إلى المستهلكين النهائيين من أفراد المجتمع، مثل الخدمات المصرفية وخدمات التأمين وخدمات النقل، ....

فمثلاً جميع خدمات نقل الركاب تعد خدمات نهائية لأنها تعطي إشباعاً للمستهلك النهائي مباشرة ، بينما خدمات نقل السلع تعد خدمات وسيطة لأنها لاتعطي إشباعاً مباشراً للمستهلك النهائي، بل أن المستهلك النهائي لن يحصل علي منافع خدمات نقل السلع إلا عند استهلاكه لتلك السلع المنقولة.

وسيتم تحليل الإنتاج فى هذا الباب من خلال أربعة فصول ، تحت العناوين التالية :

- ***مفاهيم منشآت الأعمال.***
- ***تحليل إنتاجية المدخلات فى المنشأة (قوانين الغلة).***
- ***تحليل مستوى التشغيل الأمثل للمدخلات فى المنشأة.***
- ***تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة***



الفصل السابع
مفاهيم منشآت الأعمال

يكون من المفيد التعرف على مفاهيم منشآت الأعمال حتى يمكن تحليل الإنتاج فى المنشأة، سواء من حيث طبيعة النشاط الإنتاجى الذى تتخصص المنشأة فيه، أو من حيث طبيعة حجم المنشأة فيما إذا كانت صغيرة أو متوسطة أو كبيرة الحجم، وكذلك من حيث الشكل القانونى للمشروع فيما إذا كانت المنشأة مؤسسة فردية أو مؤسسة متعددة الشركاء سواء كانت تضامنية أو مساهمة ..وذلك لأن طبيعة المشروع تترك بصماتها على سلوك دالة الإنتاج وكذلك دالة التكاليف فى المشروع.

١: المشـــروع[1]:

يعرف المشروع على أنه "أصغر وحدة اقتصادية يمكن تخطيطها، وتحليلها، وتنفيذها وتشغيلها، بطريقة مستقلة عن الوحدات الأخرى، بحيث إذا نقص أحد أجزائه توقف المشروع عن العمل" [2]. والمشروع عبارة عن نشاط أو مجموعة من الأنشطة المتشابكة والمترابطة التى تهدف إلى استغلال مدخلات محددة للحصول على مخرجات محددة، والمشروع سلسلة متتابعة من الاستثمار والإنتاج ومجموعة بذاتها من المنافع يمكن تحديدها وقياسها كمياً.

وكثيراً ما يشكل المشروع جزءاً متميزاً واضح المعالم من برنامج أكبر لا تتحدد معالمه بدقة، ومع أنه بالإمكان تحليل البرنامج ككل كمشروع واحد، إلا أنه من الأفضل الإبقاء على صغر حجم المشروعات، بحيث تكون قريبة من الحد الأدنى للحجم الضرورى ليكون المشروع قابل للتنفيذ اقتصادياً وفنياً وإدارياً [3].

---

(١) هناك اصطلاحات بديلة لمفهوم "المشروع" **The Plant** منها مفهوم "المنشأة" **The Firm** ومفهوم "المنظمة" **The Enterprise** ومفهوم "المؤسسة" **The Institution** ، وجميعها تستخدم للتعبير عن نفس الشيء وهو مفهوم "الوحدة الإنتاجية". القائمة بالفعل داخل قطاع الأعمال. ولكن مفهوم المشروع **The Project** تشير إلي المشروع في مرحلة الدراسة والتصميم وكذلك في مرحلة الإنشاء ، أي قبل دخوله في عملية الإنتاج.

(٢) محمد سلطان أبو على ، ***التخطيط الاقتصادى وأساليبه : النظرية والتطبيق*** (القاهرة : المؤلف ، ١٩٨٩) ص ١٥٤.

(٣) ج. برايس جتنجر ، ***التقييم الاقتصادى للمشروعات الزراعية*** ، ترجمة معهد التخطيط القومى (القاهرة : معهد التخطيط القومى ، ١٩٨٢) ص ١٣ - ١٥ .

١-١ : تصنيفات المشروعات بحسب النشاط الاقتصادى :

يمكن تقسيم المشروعات بحسب طبيعة نشاطها الاقتصادى إلى نوعين:

١-١-١ : مشروعات الإنتاج السلعى :

تشمل جميع المشروعات التى تنتج سلع مادية منظورة سواء كانت معمرة أو غير معمرة، استهلاكية أو وسيطة أو رأسمالية، وتتوزع هذه المشروعات بين :

- مشروعات الإنتاج الزراعى (نباتية - حيوانية).
- مشروعات الإنتاج الصناعى.
- مشروعات التعدين، والمحاجر.
- مشروعات استغلال الغابات والمراعى.
- مشروعات الصيد البحرى والنهرى.

١-١-٢ : مشروعات الإنتاج الخدمى:

تشمل جميع المشروعات التى تنتج منتجات غير منظورة أو ملموسة يطلق عليها خدمات، وتتوزع هذه المشروعات بين:

- مشروعات خدمات البنية الأساسية Infra Structure ، مثل : مشروعات (محطات) توليد الطاقة الكهربائية، ومشروعات نقل وتوزيع الطاقة الكهربائية. مشروعات (محطات) تنقية المياه، ومشروعات نقل وتوزيع المياه. مشروعات الاتصالات (سنترالات - محطات ميكرويف - محطات فضائية)، ومشروعات نقل توزيع خدمات الاتصالات ، ومشروعات نقل وتوزيع خدمات المعلومات، و...

ويدخل فى هذا الإطار مشروعات إنشاء وتشغيل المطارات والموانئ والطرق....، وخاصة أنه بإمكان القطاع الخاص إنشاء مثل تلك المشروعات من خلال نظام عقود الـBOT [1].

---

(1) Build, Operate and Transfare.

- ويطلق عليها عقود امتياز البناء والتشغيل وتحويل ملكية المشروع إلى الحكومة بعد انتهاء فترة امتياز التشغيل.

- مشروعات خدمات المال (بنوك، شركات الصرافة ، شركات تأمين، البورصات، شركات الوساطة المالية،...).

- مشروعات الخدمات الصحية (مستشفيات، مستوصفات، عيادات، مختبرات ومعامل تحاليل، مراكز الأشعة، مراكز العلاج الطبيعي،...).

- مشروعات الخدمات التعليمية (مدارس ومعاهد وجامعات، مراكز تدريب، مراكز بحوث،...).

- مكاتب استشارية (هندسية ، قانونية ، اقتصادية ، مكاتب المحاسبة ، والمراجعة ، مكاتب الإعلان والتسويق، ....).

- مشروعات خدمات النقل (نقل الركاب والبضائع سواء البرى أو البحرى أو النهرى أو الجوى، ومشروعات النقل بالأنابيب، وخدمات الشحن والتفريغ والتموين والتخزين فى الموانئ والمطارات،...).

- مشروعات خدمات التصدير والاستيراد.

- مشروعات تجارة الجملة والتجزئة والتوزيع والتخزين.

- مشروعات خدمات التوريدات : وتشمل التوريدات الغذائية للمستشفيات والوحدات الفندقية والوحدات التعليمية ووحدات الأمن الداخلى والسجون ووحدات القوات المسلحة ... وغيرها، وكذلك تشكل التوريدات الدوائية لوحدات الخدمات الصحية أو توريدات المواد الخام ومستلزمات الإنتاج لوحدات الإنتاج المختلفة ، .... وغيرها.

- مشروعات خدمات إمدادات الوقود، سواء محطات إمدادات الوقود للنقل البرى بالطرق، أو بالسكك الحديدية ، ومشروعات إمداد الوقود للنقل الجوى بالمطارات ، ومشروعات إمدادات الوقود للنقل البحرى والنهرى بالموانئ.... .

- مشروعات خدمات النظافة وجمع المخلفات وإعادة تدويرها[1] أو التخلص منها.
- مشروعات الخدمات السياحية (الفنادق، القرى السياحية، الموتيلات، خدمات بيع تذاكر السفر والطيران، خدمات الإرشاد السياحى،...).
- مشروعات خدمات الأمن والحراسة.
- مشروعات الخدمات الترفيهية (مدن الألعاب، دور السينما والمسارح، المتنزهات المفتوحة، وحدائق الحيوان،...).
- مشروعات خدمات المقاولات والإنشاء، مثل: شركات مقاولات الإسكان والعقارات ، شركات مقاولات إنشاء الطرق والكبارى والأنفاق، شركات مقاولات شق الترع والمصارف والقنوات وبناء الجسور، وشركات مقاولات إنشاء المطارات والموانئ، وشركات مقاولات إنشاء السكك الحديدية ، وشركات مقاولات مد وإنشاء شبكات الاتصال، وشركات مقاولات مد شبكات الكهرباء، وشركات مقاولات مد شبكات الغاز الطبيعى، ... وغيرها كثير.
- مشروعات خدمات الصيانة (صيانة وإصلاح الأجهزة المنزلية، صيانة وإصلاح السيارات،صيانة وإصلاح الأجهزة المكتبية، صيانة وإصلاح الآلات والمعدات الإنتاجية، ....).
- مشروعات الخدمات الشخصية، مثل مشروعات تنظيف وكى الملابس، تصفيف الشعر والتجميل، التصوير الفوتوغرافى والتصوير الضوئى، الكتابة الإليكترونية وخدمات الكمبيوتر، خدمات الاتصال،.....

---

(١) وإن كانت مشروعات إعادة تدوير Recycling المخلفات تمثل مشروعات إنتاج سلعى لأنها مشروعات تستخدم المخلفات سواء الصلبة أو السائلة لإنتاج سلع جديدة من تلك المخلفات مثل الأسمدة والورق والبلاستيك والمواد الكيماوية ...

- خـدمـات الاتصـالات والمعلومـات (خـدمـات الاتصـالات السلكيـة واللاسلكية، وخدمات البريد، وخدمات الاتصالات الإلكترونية،....)
- خدمات الإعلام والإنتاج الفنى (خدمات النشر الصحفى، خدمات الإعلام المسموع الإذاعى، وخدمات الإعلام المرئى التليفزيونى سواء الأرضى أو الفضائى أو الكابلى، خدمات الإنتاج السينمائي والتليفزيونى، خدمات الإعلان، ....).
- خدمات الطباعة والنشر والتوزيع.

١-٢ : تصنيفات المشروعات بحسب حجم المشروع :

جرى العرف على تقسيم منشآت الأعمال العاملة فى الاقتصاد القومى من حيث حجمها إلى :

١) منشآت حرفية أسرية ومنزلية Handicrafts and Cottage Industries
٢) منشآت صغيرة الحجم[1] Small Scale Enterprises .
٣) منشآت متوسطة الحجم Medium Scale Enterprises .
٤) منشآت كبيرة الحجم Large Scale Enterprises .
٥) المنشآت العملاقة، وهى التى يتخطى نشاطها عادة حدود الاقتصاد القومى، بل وتمتد تأثيراتها إلى خارجها ، وتشمل المنشآت متعددة الجنسية Multinational Corporations ، والشركات متعدية الجنسية Transnational Corporations .

وتجدر الإشارة إلى أن تلك التصنيفات لاتعد أقسام محكمة الفواصل، بل أن هذه التصنيفات تحكمية، وتوجد عدة معايير تبنى عليها هذه التقسيمات ولعل من أهم تلك المعايير : معيار رقم المبيعات، ومعيار حجم رأس المال المستثمر، ومعيار عدد العاملين.

(١) فى كثير من الأحيان يتم تضمين المنشآت صغيرة الحجم ومتوسطة الحجم فى مجموعة واحدة يطلق عليها اختصاراً SMEs (Small and Medium Enterprises)

وتختلف حدود تلك التقسيمات من دولة لأخرى باختلاف إمكاناتها وقدراتها وظروفها الاقتصادية والاجتماعية ومرحلة النمو التى بلغتها، فالمنشأة التى تعتبر صغيرة الحجم فى الولايات المتحدة الأمريكية، قد تعتبر منشأة كبيرة فى دولة أخرى نامية، كما أنه فى داخل الدولة ذاتها يختلف تقييم خجم المنشأة بحسب مرحلة النمو التى يمر بها اقتصاد الدولة، فالمنشأة التى كانت كبيرة فى مرحلة ما يمكن أن تصنف ضمن المنشآت الصغيرة فى مرحلة نمو لاحقة.

ويلاحظ أنه لايمكن الاستغناء عن أى فئة من تلك المنشآت فى أى مرحلة من مراحل نمو الاقتصاد القومى، حيث لايمكن للاقتصاد القومى أن يعمل معتمداً على المنشآت الصغيرة فقط أو المتوسطة فقط أو الكبيرة فقط، ولكن لابد من تواجد جميع فئات المنشآت لتعمل معاً فى إطار من التكامل والتنافس لضمان النمو المتواصل للاقتصاد القومى، حيث أنه لكل فئة من تلك المنشآت دوراً محدداً تؤديه بكفاءة اقتصادية وفنية، لن تستطيع أى فئة أخرى من المنشآت أن تؤدى هذا الدور بنفس هذه الكفاءة [1].

١-٢-١ : تقسيم حجم المنشآت وفقاً لمعيار العمالة :

يعد معيار العمالة أحد المعايير الأساسية والأكثر انتشاراً واستخداماً لتصنيف المنشآت من حيث الحجم، ولكن يختلف هذا المعيار من دولة لأخرى، ومن تصنيف لآخر، ومن التصنيفات المشهورة لأحجام المنشآت والتى تعتمد على هذا المعيار تصنيف "بروتش وهيمنز"، فقد صنفا المنشآت اعتماداً على هذا المعيار إلى أربعة أحجام على النحو التالى [2] :

- منشآت أعمال أسرية أو منزلية والحرفيين، وهى التى يعمل بها أقل من عشر عمال

---

(١) طلعت الدمرداش ، "إقتصاديات منشآت الأعمال الصغيرة والمتوسطة ودورها المرتقب فى التنمية الاقتصادية فى سلطنة عمان" ، *مجلة الإدارى*، العدد ٦٥ (مسقط: معهد الإدارة العامة ، يونيو ١٩٩٦) ص ٥٣.

(٢) جالن سبنسر هل ، *منشآت الأعمال الصغيرة : اتجاهات فى الاقتصاد الكلى*، ترجمة صليب بطرس (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٨) ص ١١١.

(مـابين ١ : ٩ عمـال)، ويطلق على هذه المنشـآت أحيـاناً Micro Enterprises أو Cottage Units).

- منشآت الأعمال الصـغيرة الحجم، وهى التى يعمل بها أقل من خمـسين عاملاً (ما بين ١٠ : ٤٩ عاملاً).

- منشآت الأعمـال متوسطة الحجم، وهى التى يعمل بها أقل من مـائة عامل (ما بين ٥٠ : ٩٩ عاملاً).

- منشآت الأعمال كبيرة الحجم، وهى التى يعمل بها أكثر من ١٠٠ عامل.

وقد تبنى مركز التجارة الدولية ITC هذا التصنيف فى برامج تشجيع الصادرات الموجهة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة.

وعلى مستـوى دول الاتحاد الأوربى تصنف منشآت الأعمـال وفقاً لمعيـار العمالة على النحو التالى[1]:

- منشآت الأعمال الصغيرة : وتصنف تحت هذه الفـئة جميع المنشآت التى يعمل بها أقل من ١٠٠ عامل (ما بين ١ : ٩٩ عاملاً).

- منشآت الأعمال المتوسطة : وتصنف تحت هذه الفئـة جميع المنشآت التى يعمل بها ما بين ١٠٠ عامل إلى ٤٤٩ عاملاً.

- منشآت الأعمال كبيرة الحجم : وتـصنف تحت هذه الفئة جميع المنشآت التى يعمل بها ٥٠٠ عامل فأكثر.

١-٢-٢ : تقسيم حجم المنشآت وفقاً لمعيار رأس المال :

يمثل رأس المال عنصراً حـاكماً فى تحديد الطاقة الإنتـاجية للمنشأة سـواء بالنسبة للتكوين الرأسـمـالى الثـابت من آلات ومعـدات ومـبان أو بالـنسبـة للفن الإنتـاجى

---

(1) Zoltan Roman, *"The Present Situation and Prospects of SMEs in The Eastern Eurpean Contries, The 6th International Conference on Small & Medium Enterprises"* (Seoul : World Assembly of Small & Medium Enterprises, 22-25 April, 1992) P.8.

المستخدم، لذا فإن معيار رأس المال هو أحد المعايير الأساسية لتصنيف المنشآت من حيث الحجم، ولكن هذا المعيار يختلف أيضاً من دولة لأخرى.

ويمكن تبنى تصنيف البنك الدولى IBRD لأحجام المنشآت حسب معيار رأس المال، كما ورد فى دراسة للبنك الدولى عن منشآت الأعمال الصغيرة فى الفلبين، حيث تم تصنيف المنشآت وفقاً لمعيار رأس المال على النحو التالى[1]:

- منشآت أعمال أسرية أو منزلية : وهى تلك المنشآت التى يقل رأسمالها عن ١٠٠ ألف بيزو (حوالى ٣٥٠٠ دولار).
- منشآت أعمال صغيرة : وهى تلك المنشآت التى يتراوح رأسمالها ما بين ١٠٠ ألف بيزو إلى مليون بيزو (حوالى ٣٥٠٠ دولار إلى ٣٥ ألف دولار).
- منشآت أعمال متوسطة الحجم : وهى تلك المنشآت التى يتراوح رأسمالها ما بين مليون بيزو إلى ٤ ملايين بيزو (حوالى ٣٥ ألف دولار إلى ١٥٠ ألف دولار).
- منشآت أعمال كبيرة الحجم : وهى تلك المنشآت التى يزداد رأسمالها على ٤ ملايين بيزو (ما يزيد على حوالى ١٥٠ ألف دولار).

١-٣ : تصنيفات المشروعات حسب الإطار القانونى للمشروع :

من زاوية الإطار القانونى للمشروع فقد يكون المشروع عبارة عن منشأة فردية Proprietorships أو شركة، وقد تكون الشركة تضامنية Partnerships ، أو توصية بسيطة، أو محاصة، أو مساهمة Corporations ، أو توصية بالأسهم، أو ذات مسئولية محدودة، أو ذات رأس مال متغير، أو تعاونية.

١-٣-١: المشروعات الفردية :

المشروع الفردى عبارة عن منشأة مملوكة لفرد واحد فقط، ويعد هذا الفرد (صاحب المشروع) مسئولاً مسئولية قانونية كاملة عن ديون المنشأة . وبالإضافة إلى

---

(1) World Bank, *Small Enterprises and Development In The Philippines : A Case Study* (Washington D.C. : World Bank, Staff Working Papers, No. 468, 1981) P.165.

ذلك فإنه يقوم بخدمات الإدارة وأحياناً يؤدى بعض خدمات العمل داخل المنشأة، وينتشر هذا الشكل القانونى بين معظم المنشآت الصغيرة والمتوسطة التى تعمل فى تجارة التجزئة والخدمات الشخصية والمزارع. *ومن مزايا المؤسسة الفردية* ، أولاً: يتمتع المالك برقابة كاملة على نشاط المؤسسة، وهو ليس بحاجة إلى التشاور مع أصحاب الحصص أو الشركاء حيث لاوجود لهم، وهو الرئيس الأوحد ويملك السلطة الكاملة. وثانياً: يعد إنشاء المؤسسة الفردية سهلاً وقليل التكلفة ، وكل ما على المالك هو أن يعلق لافتة تعلن أنه بدأ العمل .

ومن *مساوئ المنشآت الفردية* أولاً : أنها نادراً ما تنشأ فى عدد من الأنشطة الاقتصادية الهامة التى تتطلب مشروعات كبيرة الحجم، ويكون على المالك أن يجمع الموارد المالية الكافية من مصادره الذاتية لمثل هذه المشروعات الكبيرة ، ولن يتيسر له ذلك فى أغلب الأحوال، وثانياً : كون المالك مسئولاً مسئولية كاملة بصفته الشخصية عن كل ديون المؤسسة . فإذا أفلست المؤسسة يمكن أن تؤخذ جميع الأصول الشخصية للمالك لسداد حقوق الدائنين.

وتمثل المشروعات الفردية نسبة عالية - تدور حول ٧٠٪ - من إجمالى منشآت الأعمال والاقتصاد القومى، وبالرغم من ذلك فإنها تحقق نسبة منخفضة - تدور حول ١٠٪ - من إجمالى الناتج المتولد من قطاع الأعمال المحلى، وذلك بسبب تضاؤل طاقاتها الإنتاجية.

١-٣-٢ : المشروعات متعددة الشركاء :

وتعرف المشروعات متعددة الشركاء بأنها المشروعات التى تتوزع الملكية فيها على فردين فأكثر، ويمكن أن يصل عدد الشركاء إلى رقم مرتفع جداً، ويمكن أن تكون مسئولية الشركاء عن نتائج أعمال المنشأة محدودة بقيمة حصة الشريك فى رأس المال، وقد تكون المسئولية تضامنية تتجاوز حدود قيمة حصة الشريك فى رأس المال إلى أصوله الأخرى.

١-٣-٢-١ : المؤسسات التضامنية :

المؤسسات التضامنية هى أكثر تعقيداً من المؤسسات الفردية . وكما يدل عليها إسمها فهى شكل من التنظيم الاقتصادى يتفق فيه شخصان أو أكثر على ملكية نشاط اقتصادى وإدارته . ويوافق كل شريك على المساهمة بجزء من رأس المال والعمل المستخدم فى المؤسسة ، ويأخذ فى مقابل ذلك جزءاً من الأرباح ويتحمل جزءاً من الخسائر إذا تحققت. وهنالك أنواع كثيرة من المؤسسات التضامنية . ويمكن أن يكون هنالك فى بعض الحالات شريك خفى واحد أو أكثر لا علاقة له بأعمال المؤسسة أو تكون علاقته بها ضئيلة . والمؤسسة التضامنية هى شكل من التنظيم شائع فى بعض النشاطات والمهن، كالمحاماة مثلاً. ويعد وجود المؤسسات التضامنية هو أقل كثيراً من المؤسسات الفردية والمساهمة فى الأنشطة الإنتاجية.

مزايا المؤسسة التضامنية : للمؤسسة التضامنية بعض المزايا. فيمكن تأسيسها دون تكلفة كبيرة ودون إجراءات قانونية معقدة ، مثل المؤسسات الفردية . وتستطيع المؤسسة التضامنية تجنب بعض المشكلات المتعلقة بالمؤسسة الفردية، فهى تستطيع جمع موارد مالية ومعرفة تخصصية أكثر من المؤسسة الفردية .

مساوئ المؤسسة التضامنية : أولاً، يكون كل شريك مسئولاً بشكل غير محدود عن التزامات المؤسسة . فعلى سبيل المثال، حتى لو كان أحد الشركاء فى المؤسسة يمتلك ٣٠٪ فقط من المؤسسة ، فهو ملزم بدفع كل ديون المؤسسة ، إذا لم يستطع الشركاء الآخرون القيام بالدفع . ثانياً، هنالك بعض الإجراءات اللازمة لاستمرار المؤسسة التضامنية في ممارسة نشاطها ، فعندما يموت أحد الشركاء أو ينسحب أو عندما يدخل شريك جديد، يجب تأسيس مؤسسة تضامنية جديدة . ثالثاً، بالرغم من أنها أفضل من المؤسسة الفردية ، فإن المؤسسة التضامنية ليست وسيلة فعالة للحصول على رؤوس الأموال الكبيرة اللازمة لبعض الصناعات الحديثة ، فمصنع السيارات الحديث يمكن أن يكلف ٥٠٠ مليون دولار، ولاتستطيع كثير من الشركات التضامنية

تجميع رأس المال الكبير هذا. ولهذه الأسباب أصبحت المؤسسات المساهمة الشكل السائد للتنظيم الاقتصادى .

١-٣-٢-٢-٢ : المؤسسات المساهمة :

تعد المؤسسة المساهمة شكل من التنظيم الاقتصادى أكثر تعقيداً من المؤسسة الفردية والتضامنية ، هى شخص قانونى اعتبارى، منفصل ومتميز عن المالكين. وتنشأ الشركة المساهمة لممارسة أنشطة اقتصادية محددة بدقة فى عقد تأسيس الشركة. ومالكو المؤسسة هم حملة الأسهم، ويمثل مجموع حملة الأسهم (المساهمين) الجمعية العمومية للشركة، وتصدر الأسهم وهى مستندات تدل على ملكية فى المؤسسة إلى المالكين مقابل نقودهم. وينتخب مجلس الإدارة فى المؤسسة المساهمة من قِبَل حملة الأسهم ، ويكون مجلس إدارة الشركة المسؤول عن وضع السياسة العامة للمؤسسة ، وفى العادة ، يعطى كل سهم صوتاً واحداً لمالكه ، ومن ثم فإن هذه الشركات تتميز بانفصال الإدارة من الملكية.

ويعتقد مديرى المنشآت الكبيرة (الشركات المساهمة) أنهم أصحاب خبرات مدربة ، تم تأجير خدماتهم من قبل المساهمين من أجل تشغيل المنشأة ، فإذا اعتقد المساهمين الحالين والمرتقبين بأن المديرين يؤدون وظيفتهم على أحسن وجه، فإن الطلب على أسهم المنشأة سيزداد، وينعكس فى ارتفاع أسعار الأسهم. وعلى العكس فإذا كان المالكون غير راضين عن سياسة الشركة وبالتالى عن إداراتها الحالية أو كانت لديهم فرص أفضل فى مكان آخر، فإنهم سيقومون ببيع أسهمهم لأشخاص أخرين - بافتراض أنهم يستطيعون إيجاد مشتر - من خلال سوق الأوراق المالية (البورصة)، فإن ذلك سيؤدى إلى تزايد أسهم الشركة المعروضة للبيع ، مما يؤدى إلى تدهور أسعارها، وأن هذا التدهور بأسعار الأسهم سيؤدى غالباً إلى إعادة تنظيم إدارة المنشأة.

وبالرغم من ذلك فإن الشركات المساهمة وهي تعد مشروعات كبيرة الحجم عادة

تمثل نسبة عالية - تدور ما بين ١٥٪- ٢٠٪ - من إجمالى المنشآت العاملة فى الاقتصاد القومى، وتحقق نسبة عالية - تدور حول ٨٥٪- من إجمالى الناتج المتولد من قطاع الأعمال المحلى، وذلك بسبب طاقاتها الإنتاجية المرتفعة.

مزايا المؤسسات المساهمة :

تتفوق المؤسسة المساهمة بكثير من المزايا على المؤسسة الفردية والمؤسسة التضامنية . **أولاً**: يتحمل مالكو المؤسسة المساهمة مسؤولية محدودة . فعندما يقرر الشخص أن يصبح أحد المالكين فى شركة مساهمة وإذا كان سهم الشركة يباع بمبلغ ٧٠ جنيهاً، فإنه يستطيع شراء عشرة أسهم من أسهم الشركة بمبلغ ٧٠٠ جنيهاً ، ويكون متأكداً أنه إذا وقعت الشركة فى المتاعب، فلن يخسر أكثر من الـ ٧٠٠ جنيهاً التى دفعها ثمناً للأسهم . وليست هنالك من وسيلة يكون بها مسئولاً أكثر من ذلك . **ثانياً** : خلافاً للمؤسسة الفردية والتضامنية ، تتمتع المؤسسة المساهمة بحياة غير محدودة . فإذا أراد العديد من حملة الأسهم الانسحاب من المؤسسة ، فإنهم ببساطة يبيعون أسهمهم . وتستمر المؤسسة المساهمة ، على الرغم من تغير هوية المالكين. **ثالثاً**: تعد المؤسسة المساهمة - لهذه الأسباب - وسيلة لجمع مبالغ نقدية كثيرة أفضل بكثير من المؤسسة الفردية والتضامنية ، وهذه ميزة هائلة للمؤسسة المساهمة ، وبشكل خاص فى بعض الصناعات مثل السيارات والفولاذ، التى لاتستطيع تمويل عملياتها إلا من خلال تكوين شركات مساهمة. **رابعاً** : يتاح للمؤسسة المساهمة فرص تحقيق الإنتاج كبير الحجم، وما يتحقق عنه من وفورات في التكاليف مستفيدة من قدرتها علي تجميع أحجام كبيرة من رأس المال اللازم للإنتاج بكفاءة فى كثير من الصناعات، بالإضافة إلي المسئولية المحدودة والمزايا الأخرى للمؤسسة المساهمة .

مساوئ المؤسسات المساهمة :

أولاً: إن صيغة المساهمة لاتناسب كل المؤسسات، فإذا كانت المؤسسة تحتاج إلى رأسمال متواضع فقط. فلا مبرر للعناء الإضافى ولتكاليف التأسيس. **ثانياً**: ازدواج الضريبة على الدخل، حيث أن كل جنيه من الأرباح التى تحققها المؤسسات المساهمة

ويوزع على المساهمين يخضع للضريبة مرتين من قبل الحكومة . مرة عندما يعد دخلاً - ربما إجمالياً - للمؤسسة المساهمة،حيث يخضع لضريبة الأرباح التجارية والصناعية ، ومرة أخرى عندما توزع الأرباح بعد الاستقطاعات على المساهمين ، فإن الأرباح الموزعة تمثل دخلاً لحملة الأسهم، حيث يخضع للضرائب العامة على الدخل.

١-٤ : تقسيمات المنشآت من حيث نطاق نشاط المنشأة :

يمكن تصنيف المنشآت بحسب عدد المنتجات التي تتخصص المنشأة في إنتاجها ، ويفيد هذا التصنيف في تحليل تكاليف الإنتاج وتخصيص تلك التكاليف علي منتجات المنشأة ، ومن ثم فهو تخدم أهداف التسعير، ومن ثم يخدم أهداف حساب الربح والخسارة لكل مُنتَّج علي حدة وللمنشأة ككل، وسيتم تناول ذلك بالتفصيل في فصول متقدمة من هذا الكتاب، ووفقاً لهذا التصنيف يمكن تقسيم المنشآت إلي نوعين هما:

١-٤-١ : المنشأة وحيدة المنتج :

هي المشروعات التي تتخصص في إنتاج مُنتَّج واحد فقط، سواء كان هذا المُنتَّج مُنتَّج نهائي يذهب إلي المستهلك النهائي مباشرة ، أو كان مُنتَّج وسيط يدخل كمكون من مكونات الإنتاج في منشأة إنتاجية أخري.

١-٤-٢ : المنشأة متعددة المنتجات Multiple Products :

غالباً ما ينتج المشروع مجموعة من المنتجات، بل أن مشروعات المُنتَّج الواحد قد يكون لديها نماذج وأحجام متعددة من هذا المُنتَّج الوحيد. وينصرف مفهوم المنشأة متعددة المنتجات إلي تلك المنشأة التي تنتج أكثر من منتج واحد، سواء تم ذلك من خلال خط إنتاج واحد أو أكثر من خط إنتاج ، وسواء كانت خطوط الإنتاج متصلة داخل وحدة إنتاجية واحدة ، أو كانت منفصلة كل منها يمثل وحدة إنتاجية مستقلة تابعة لمنشأة واحدة وإدارة واحدة . ويمكن التمييز بين المنتجات المشتركة من خلال علاقات الطلب والمنتجات المشتركة من خلال علاقات العرض.

١) المنتجات المشتركة من خلال جانب الطلب :

يمكن أن تكون منتجات المشروع مرتبطة مع بعضهما البعض من خلال جانب الطلب، فقد تكون هذه المنتجات بدائل وأن المشروع بإنتاجها يحقق هدف التنوع، وقد تكون تلك المنتجات مكملة لبعضها.

٢) المنتجات المشتركة من خلال جانب العرض :

يمكن أن تكون منتجات المشروع مرتبطة ببعضها من خلال جانب الإنتاج ، ويطلق علي منجات المشروع في هذه الحالة منتجات مشتركة Joint-Praducts ، حيث ينتج عن بعض العمليات الإنتاجية أكثر من مُنتَّج فى آن واحد، مثال ذلك نشاط الذبح يؤدى إلى إنتاج اللحوم والجلود. وتربية المواشى تؤدى إلى إنتاج اللبن واللحوم والجلود.. وغيرها. ولعل إنشاء مشروع لتربية الأغنام يعد مثالاً واضحاً علي ذلك ، حيث ينتج عن تربية الأغنام إنتاج الأصواف وإنتاج اللحوم وإنتاج الجلود وإنتاج الغراء، وكذلك يمكن إنتاج السماد البلدي أو الوقود من روث الأغنام. وقد يتم إنتاج تلك المنتجات معاً داخل المشروع بمعدل ثابت مثل الجلود واللحوم في السلخانات، وقد يتم إنتاج تلك المنتجات معاً داخل المشروع بمعدل متغير مثل الجازولين وزيت الوقود في معامل تكرير البترول، وقد تكون هذه المنتجات المشتركة بنسب ثابتة ، وقد تكون بنسب متغيرة تبعاً لأحوال الطلب، فقد تميل تربية المواشى إلى إنتاج اللبن إذا كان الطلب عليه أكبر من الطلب على اللحوم... والعكس.

هناك منشآت عديدة تنتج أكثر من منتج فى نفس الوقت، فهناك منشأة تنتج مُنتَّج رئيسى وآخر ثانوى ، مثل مشروع تسمين حيوانات لإنتاج اللحوم كمنتج رئيسى ولكنه فى نفس الوقت ينتج الجلود كمنتج ثانوى المنتجات الجانبية By-products ، هى المنتجات التى ترتبط تكنولوجياً بالمنتجات الرئيسية وتعتبر منتجات فرعية فى المنشآت التى تنتجها ، وهى أما أن تكون منتجة فى منشآت أخري كمنتجات رئيسية أو لا تكون لها منشآت أخري تنتجها بصفة رئيسية.

المنتجات الفرعية Subsidiary Products ، وهى المنتجات التى تنتج فى صناعة وتعتبر منتج رئيسى فى صناعة أخرى . وينعدم ارتباط الإنتاج الفرعى بتكنولوجيا الإنتاج الرئيسى ، وعندما تُنتَج المنتجات الفرعية في غير صناعتها الرئيسية فإنها لاتنتج باستخدام تكنولوجيا أو فن إنتاجى مختلف بصورة ملموسة عن ذلك المستخدم فى الصناعة التى تنتجه بصفة رئيسية .

فندما يقوم أحد منتجي المواد الغذائية بإنشاء مصنع لإنتاج مستلزمات التعبئة والتغليف الخاصة بمنتجات منشأته ، فتكون المنتجات الغذائية هي المنتجات الرئيسية ، بينما تعد منتجات مستلزمات التعبئة والتغليف هي منتجات فرعية بالنسبة للمنشأة ، وذلك لأن هناك صناعة رئيسية لإنتاج مستلزمات التعبئة والتغليف.

كذلك فعندما تقرر منشأة عريقة متخصصة في إنتاج العطور الاتجاه إلي إنتاج وزراعة النباتات العطرية ، فتكون منتجات العطور هي المنتجات الرئيسية ، بينما يكون نشاط زراعة إنتاج النباتات العطرية نشاط فرعي، لأن هناك صناعة مستقلة تضم منتجين عديدين متخصصين في زراعة النباتات العطرية.

٢ : الصناعة :

تتكون الصناعة من عدد من المشروعات التى تنتج مُنتَّج (سلعة أو خدمة) واحد متجانس، أو عدد من المشروعات التى تنتج منتجات مميزة ولكنها تكون بدائل قريبة جداً لبعضها، وتكون من ناحية أخرى بدائل بعيدة للسلع المنتجة فى صناعات أخرى، وتستهدف هذه المجموعة من المشروعات نفس المجموعة من المستهلكين.

ولا يشترط عدد معين من المشروعات لكى نطلق على التجمع الذى يشملهم اصطلاح " صناعة" بحسب التعريف السابق، إذ من الممكن أن تشتمل الصناعة على عدد كبير جداً من المشروعات، ويمكن أن تشتمل الصناعة على عدد قليل من المشروعات، وقد يتناقص عدد المشروعات فى الصناعة لنصل إلى صناعة تشتمل على مشروع وحيد، وهذا فى حالة المشروع المحتكر لإنتاج مُنتَّج (سلعة، خدمة) معين فى السوق.

فإذا أخذنا مثلاً صناعة السيارات فى اليابان، فإن هذه الصناعة تتكون من عدد من المشروعات التى تنتج منتجات مميزة (غير متجانسة) ولكنها بدائل قريبة، مثل سيارات تويوتا، وسيارات مازدا، وسيارات نيسان، وسيارات لكاس، وسيارات ديهاتسو، وسيارات هوندا، وسيارات ميتسوبيشى،.... الخ.

وإذا أخذنا صناعة تربية الدواجن فى مصر، فسنجد نجد أنها تتكون من مئات بل آلاف المشاريع، وتنتج جميعاً مُنْتَجٍ متجانس، بحيث يصعب التمييز بين دجاج شركة الشرق الأوسط ودجاج شركة الشرقية ودجاج مزارع أبو خليل... وهكذا. وكذلك صناعة الأسمنت فى مصر نجد أنها تتكون من عدد قليل من المشروعات تُنتج جميعاً مُنْتَجٍ متجانس، إذ يصعب تمييز أسمنت شركة السويس عن أسمنت شركة أسيوط، عن أسمنت طرة،... وهكذا.

ويفيد التعريف الدقيق لمفهوم المنشأة ومفهوم الصناعة فى تحليل علاقات الإنتاج والتكاليف فى كلٍ من المنشأة والصناعة ، سواء كان التحليل ينصرف إلى الأجل القصير، أو الأجل الطويل. بل أن التعريف الدقيق لمفهوم المنشأة والصناعة يفيد فى تحديد وتحليل هيكل السوق.

الفصل الثامن
تحليل علاقات الإنتاج فى المنشأة

يقصد بعلاقات الإنتاج تلك العلاقات التى تربط بين الكميات المستخدمة من مدخلات الإنتاج والكمية المنتجة من المُنتَّج سواء كان هذا المُنتَّج سلعة أو خدمة . وتختلف علاقات الإنتاج بحسب الفترة الزمنية التى يتم فيها تحليل علاقات الإنتاج داخل المنشأة . فيما إذا كانت فترة السوق (الفترة القصيرة جداً) ، أو الفترة القصيرة ، أو الفترة الطويلة ، وتجدر الإشارة إلى أن معيار التقسيم لتلك الفترات ليس طول الفترة الزمنية أيام أو شهور أو سنوات، ولكن معيار التقسيم هو مدى المرونة المتاحة للمنشأة لتغيير كميات المدخلات المستخدمة فى العملية الإنتاجية داخل المنشأة .

١ : اختلاف علاقات الإنتاج باختلاف المدى الزمنى للإنتاج :

يمكن التمييز بين ثلاث فترات زمنية تتم خلالها العملية الإنتاجية داخل المنشأة أو المشروع، وهى: الفترة القصيرة جداً أو فترة السوق، والفترة القصيرة، والفترة الطويلة، وتختلف علاقات الإنتاج (دوال الإنتاج) ومن ثم علاقات التكاليف (دوال التكاليف) داخل المنشأة من فترة لأخرى على النحو التالى:

١-١: فترة السوق :

تعمل المنشأة فى تلك الفترة عندما لا تتاح لها أية مرونة لتغيير كميات المدخلات المستخدمة فى العملية الإنتاجية، وبالتالى تكون جميع مدخلات الإنتاج ثابتة، ومن ثم فإن جميع تكاليف الإنتاج التى تتحملها المنشأة تكون ثابتة كذلك ، وينطبق تحليل تلك الفترة غالباً على المنشآت العاملة فى مجال الإنتاج الزراعى سواء النباتى أو الحيوانى.

فمثلاً إذا قام أحد المنتجين الزراعيين بشراء مساحة من الأرض تعادل ٥٠٠ فدان وقام بزراعة تلك المساحة بشتلات أشجار المانجو، وقام بتشغيل عدد معين من العمالة

وليكن ١٠٠ عامل، وقام بشـراء كمية محددة من الآلات والمعدات تـكفى مشروعه، ويستخدم كميات محددة من المبيدات والأسمدة .

ويتوقع صاحب هذا المشروع أن أشجار المانجو ستؤتى إنتاجها بعد ٥ سنوات من زراعتـها، وأن متوسط إنتـاج الفدان ٤ طن من ثـمار المانجـو أى أن إجمالى الإنـتاج للمشـروع سيكون ٢٠٠٠ طن من ثمار المانجـو. فإذا حدث بعـد مرور ثلاث سنوات من زراعـة شتـلات المانجو أن انخـفض سـعر بيع المانجـو فى السـوق إلى نصف ثمنه السائد قـبل ثلاث سنوات، فإن المنطق وقوانـين العرض تحتم على هذا المنتج مـحاولة خفض إنتاجـه استجابة لتغـير السعر. ولكن حتى يخفـض هذا المنتج إنتاجه لا يكون أمامـه إلا إقتلاع جـزء من أشجـار المانجو والتخلص من جـزء من العمـالة وجزء من المعدات والآلات الزراعية ، ولكن هذا لن يحدث لأن المنتج لن يُقدم على هذا القرار مهما كان المبرر. ومن ثم تظل كميـات المدخلات ثابتة والتكاليف التى يتحملها المنتج ثابتة كـذلك، وبالرغم من أن الفتـرة الزمنية اللازمة لظهـور إنتاج المانجو وعـرضه فى السوق وصلت ٥ سنوات ، ولكن فى هذه الحالة يُطلق عليها فترة قصيرة جداً أو فترة السـوق، لأنه لا يكون أمـام المنتـج أى بديل آخـر لطرح إنتـاجـه فى السـوق دون أية إمكانية لخفضه أو حتى زيادته.

وفى مشروعات زراعة أشجار الأخشاب أو أشجار المطاط قد تطول فترة الإنتاج لأكثر من ١٠ سنوات ، ولكنها تظل فـترة إنتاجية قصيرة جداً، وفـى مشروعات تربية الدواجن أو المزارع السمكيـة قد تقصر تلك الـفترة إلى ٤٥ يوماً ولكنهـا تظل كذلك فترة قصيرة جداً.

١-٢ : الفترة القصيرة :

تعمل المنشأة فى تلـك الفترة عندما يتاح لهـا بعض المرونة لتغيير كـميات بعض المدخلات المستـخدمة فى العمليـة الإنتاجية ، عندما ترغب فـى تغيير حجم كـميات المُنتَّج الذى تنتـجه تلك المنشأة . ولـكن بالرغـم من ذلك لن تتمكن المنشـأة من تغيـير كميات بعض المدخلات الأخرى عندما ترغب فى تغيير كميات المُنتَّج الذى تنتجه.

أى أنه فى الأجل القصير ستكون بعض مدخلات الإنتاج متغيرة والبعض الآخر من مدخلات الإنتاج ستكون ثابتة. وبالتالى فإن جزء من تكاليف الإنتاج ستكون متغيرة ، بينما الجزء الآخر من تكاليف الإنتاج ستكون ثابتة .

ولعل أهم مدخلات الإنتاج التى يمكن تغيير الكميات المستخدمة منها بحسب التغيير المرغوب فى حجم الإنتاج داخل المنشأة عمال الإنتاج، والمواد الخام والوسيطة، والوقود سواء كان بترول أو فحم أو كهرباء أو غاز طبيعى، ... بينما تتمثل أهم مدخلات الإنتاج التى لايمكن إحداث أى تغيير فى الكميات المستخدمة منها بما يلائم التغيير المرغوب فى حجم الإنتاج داخل المنشأة فى الأجل القصير الأرض، ورأس المال متمثلاً فى الآلات والمعدات ووسائل النقل والمبانى والأثاث والتجهيزات المكتبية، والعمالة الإدارية وعمال الحراسة حيث تكون عقود هذه العمالة عقود ممتدة لعدة سنوات،...

وينطبق تحليل الأجل القصير عادة على الإنتاج فى المنشآت العاملة فى مجال الأنشطة الإنتاجية الاستخراجية والأنشطة الإنتاجية الصناعية ، وكذلك أنشطة إنتاج الخدمات، ...

١-٣ : الفترة الطويلة :

تعمل المنشأة فى تلك الفترة عندما يتاح للمنشأة مرونة كاملة لتغيير جميع المدخلات المستخدمة فى العملية الإنتاجية عندما ترغب فى تغيير كميات الإنتاج حتى لو كان هذا الحجم من الإنتاج سيتطلب زيادة الطاقة الإنتاجية للمشروع (زيادة حجم المشروع) أو خفض الطاقة الإنتاجية للمشروع (خفض حجم المشروع) . أى أنه فى الأجل الطويل ستكون جميع مدخلات الإنتاج متغيرة ، ومن ثم فإن جميع تكاليف الإنتاج التى تتحملها المنشأة ستكون متغيرة كذلك .

فإذا كانت ظروف السوق موانية ويتمتع مُنتَّج المنشأة برواج فى السوق فإن ذلك سيشجع إدارة المنشأة على التوسع فى الإنتاج، وأن ذلك سيتطلب إضافة مساحة جديدة من الأرض للمشروع، وكذلك إنشاء مبانى جديدة ، وإضافة معدات وآلات

جديدة ، والتوسع فى هيكل العمالة الإدارية وعـمالة الحراسة ، ويلاحظ أن المنشأة لن تتـمكن من إحداث هذه التـوسعـات فى الأجل القصـير، ولكنهـا فى الأجل الطويل ستتمـكن من إحداث تلك التوسعات،ومن ثم إتاحة طاقـة إنتاجية أكبر (حـجم أكبر للمشروع) مما يمكنها مـن زيادة الإنتاج لمقابلة احتياجات السـوق والاستفادة من تلك الظروف المواتية فى حينها.

وكذلك فـإذا كانت ظروف السوق غيـر مواتية ويعـانى مُنتَّج المنشأة من ظروف كسـاد، فإن ذلك سـيضطر إدارة المنشـأة إلى اتخاذ قـرار بتقليص الإنـتاج ، وأن ذلك سـيتطلب التـخلص من بعض أصـول المشـروع سواء فى صـورة أجـزاء من أرض المشروع أو بعض مـبانى المشروع أو بعض الآلات والمعـدات، ومن ثم تقليص هيكل العـمـالة الإدارية وعـمـالة الحـراسـة ، ويلاحظ أن المنشـأة لن تسـتطيع إحـداث هذا التكميش فى حجم المشـروع فى الأجل القصير، لأن هذا الأمر سـيتطلب البحث عن مـشتـرٍ لتلك الأصـول، سواء كـان مشـترى سـيسـتـخدم هذه الأصـول فى نفس استخدامهـا السابق، أو سيحولها إلى استخدامـات بديلة ، فإن هذا المشترى لن يكون متاح بسـهولة فى الأجل القصيـر، فضلاً عن أن قرار التـخلص من بعض الأصول لا يتم اتخاذه أسـاسـاً فى ضوء ظروف الأجل القصـير وحدها، ولكن هذا القرار يـتخذ أساساً فى ضوء توقعات الأجل الطويل.

وينطبق تحليل الأجل الطويل على الإنتاج فى المنشآت العاملة فى مجال الأنشطة الإنتـاجيـة الاسـتـخراجـية ، والأنـشطة الإنتاجـية الصنـاعيـة ، وكذلك أنشطة إنتـاج الخدمات، ....

وهناك ملاحظة هامة يجب إبرازها وهى أنـه وبالرغم من أن المنشآت العاملة فى مجال الإنتـاج الزراعى النباتى أو الحيوانى ينطبق عليهـا كما أشرنا سابقـاً تحليل فترة السوق (الأجل القـصير جداً) بصـفة أساسية ، إلا أن تلك المنشآت تخـضـع لتحليل الأجل الطويل كذلك بصفة أسـاسية. وكذلك فإن المنشآت العـاملة فى مجال الإنتاج الزراعى يمكن أن ينطبق عليـها تحليل الأجل القـصير ، وخـاصة فى الفتـرة التى ينتج

فيها المشروع قبل أن يصل إلى تكوين طاقته الإنتاجية المخططة (الطاقة الإنتاجية القصوى) .

وبالتالى فإن تحليل الأجل القصير ينطبق على المنشأة العاملة فى الأنشطة الإنتاجية الاستخراجية والأنشطة الإنتاجية الصناعية فى جميع الأحوال، لأن تلك المشروعات لاتستطيع أن تبدأ فى الإنتاج إلا بعد تكوين طاقتها الإنتاجية المخططة (الطاقة الإنتاجية القصوى). بينما لا ينطبق تحليل الأجل القصير فى جميع الأحوال على المنشآت العاملة فى مجال الإنتاج الزراعى ، سواء النباتى أو الحيوانى ، إذ أن هذه المنشآت يمكنها أن تبدأ فى الإنتاج قبل أن تصل إلى تكوين طاقتها الإنتاجية المخططة ، ومن ثم تصبح بعض المدخلات متغيرة مثل العمالة والأسمدة والمبيدات، بينما تكون هناك مدخلات ثابتة مثل مساحة أرض المشروع، وكذلك المعدات والآلات الزراعية الخاصة بالمشروع، ومن ثم يمكن تغير حجم الإنتاج. ولكن عندما يصل المشروع إلى تكوين طاقته المخططة ستتحول العناصر المتغيرة من عمالة أو كميات المبيدات والأسمدة إلى مدخلات ثابتة لايمكن تغييرها ، ومن ثم فهى تدخل ضمن الطاقة الإنتاجية المخططة للمشروع، وعندئذ لايمكن تطبيق تحليل الأجل القصير، ولكن سينطبق عندئذ تحليل الأجل القصير جداً (أو فترة السوق).

٢ : علاقات الإنتاج فى الأجل القصير:

كما اتضح سابقاً يتم الإنتاج فى الأجل القصير باستخدام مدخلات إنتاج متغيرة ومدخلات إنتاج ثابتة ، ويحكم علاقات الإنتاج فى المنشأة فى الأجل القصير "قانون تناقص الغلة"[١].

٢-١ : قانون تناقص الغلة :

يشير قانون تناقص الغلة إلى أنه يترتب على زيادة تشغيل وحدات إضافية من

(١) يقصد بالغلة هنا الإنتاجية . إذ أن ما يُغله مدخل الإنتاج يعني ما يُنتجه مدخل الإنتاج. فإن ما يُغله العامل يشير إلي مقدار ما ينتجه العامل. وكذلك فإن ما يُغله فدان الأرض يشير إلي مقدار ما ينتجه فدان الأرض. وكذلك فإن مايُغله الآلة يشير إلي مقدار ما تنتجه الآلة. ولذلك فقد يشاع استخدام إصطلاح "قانون تناقص الغلة" واصطلاح "قانون تناقص الإنتاجية" للدلالة علي نفس الشيء.

مدخل الإنتاج المتغير مع مدخلات الإنتاج الثابتة فى المنشأة إضافات متزايدة للإنتاج الكلى للمنشأة فى البداية ، ثم ما تلبس أن تتناقص الإضافات للإنتاج الكلى للمنشأة مع الاستمرار فى زيادة تشغيل مدخل الإنتاج المتغير، وفى النهاية تتحول الإضافات للإنتاج الكلى للمنشأة إلى إضافات سالبة مع الاستمرار فى زيادة تشغيل مدخل الإنتاج المتغير.

افتراضات تحليل قانون تناقص الغلة :

يتم تحليل قانون تناقص الغلة فى ظل افتراضين أساسين من أجل التبسيط وتسهيل استخلاص النتائج :

١) افتراض أن الإنتاج فى المنشأة يتم باستخدام مدخلى إنتاج أحدها يستخدم بكمية ثابتة وليكن مدخل رأس المال ، بينما يستخدم الدخل الآخر بكميات متغيرة وليكن مدخل العمل، حيث يتم تشغيل وحدات متتالية من مدخل العمل.

٢) افتراض أن الوحدات المتتالية التى يتم تشغيلها من المدخل المتغير (العمل) وحدات متجانسة أى ذات كفاءة متساوية .

ويلاحظ أن هذا الافتراض غير واقعى لأنه وإن كان من الممكن أن تكون وحدات مدخل الإنتاج الثابت متجانسة ، فقد تكون كفاءة الآلة الأولى متعادلة مع كفاءة الآلة الثانية .. وهكذا، وقد تكون كفاءة فدان الأرض الأول متعادلة مع كفاءة فدان الأرض الثانى .. وهكذا. ولكن بالنسبة لمدخل الإنتاج المتغير وخاصة مدخل العمل يستحيل أن تكون وحداته متجانسة ، ومن ثم يستحيل أن تكون وحدات هذا المدخل متساوية الكفاءة .

ويمكن تحليل سلوك علاقات الإنتاج فى الأجل القصير فى المنشأة من خلال قانون تناقص الغلة استرشاداً بالحالة الافتراضية التالية، حيث سنفترض أن هناك منشأة صناعية لإنتاج الأقمشة بها ٨ آلات تمثل مدخل الإنتاج الثابت، وسيتم تشغيل عدد معين من العمال على التوالى كمدخل إنتاج متغير. وستكون علاقات الإنتاج بتلك المنشأة ممثلة فى بيانات الجدول رقم (١-٨).

جدول رقم (١-٨)

حالة افتراضية لقانون تناقص الغلة

مدخل الإنتاج الثابت عدد الآلات	مدخل الإنتاج المتغير عدد العمال	الناتج الكلى ن.ك	الناتج المتوسط ن.م	الناتج الحدى ن.ح	مراحل الإنتاج
٨	صفر	صفر	صفر	صفر	
٨	١	٢٠	٢٠	٢٠	مرحلة
٨	٢	٤٢	٢١	٢٢	تزايد
٨	٣	٦٩	٢٣	٢٧	الغلة
٨	٤	١٠٠	٢٥	٣١	
٨	٥	١٢٥	٢٥	٢٥	حد التوسع
٨	٦	١٤٦	٢٤	٢١	مرحلة
٨	٧	١٦١	٢٣	١٥	تناقص الغلة
٨	٨	١٦٨	٢١	٧	
٨	٩	١٧١	١٩	٣	
٨	١٠	١٧١	١٧,١	صفر	حد الكثافة
٨	١١	١٦٥	١٥	-٦	مرحلة
٨	١٢	١٥٦	١٣	-٩	الغلة السالبة

٢-٢ : مفاهيم الإنتاجية :

سيتم تحليل قانون تناقص الغلة من خلال ثلاثة مفاهيم للإنتاجية (الغلة) ، وهى : الإنتاجية الكلية ، والإنتاجية المتوسطة ، والإنتاجية الحدية .

٢-٢-١ : الإنتاجية الكلية :

تشير الإنتاجية الكلية إلى إجمالى الإنتاج المتحقق للمنشأة عند تشغيل مستويات مختلفة من مدخل الإنتاج المتغير بافتراض ثبات الكميات المستخدمة من مدخلات الإنتاج الآخرى. وسوف نستخدم الاختصار (ن ك) للإشارة إلى الناتج الكلى أو الإنتاجية الكلية .

ففى الحالة الافتراضية الممثلة بالجدول (١-٨) نلاحظ أن الناتج الكلى للمنشأة يعادل الصفر عندما لايتم تشغيل أى وحدات من مدخل الإنتاج المتغير (العمال) ، وهذا أمر منطقى لأنه لايمكن أن تنتج الآلات بدون وجود عمال لتشغيل هذه الآلات، ويبدأ الناتج الكلى فى التزايد مع تشغيل وحدات متتالية من مدخل الإنتاج المتغير (العمال) ، فعند تشغيل عامل واحد كان الناتج الكلى للمنشأة ٢٠ توب من الأقمشة ، وعند تشغيل عاملين زاد الناتج الكلى للمنشأة ليصبح ٤٢ توب من الأقمشة ، وعند تشغيل ٣ عمال زاد الناتج الكلى للمنشأة ليصبح ٦٩ توب من الأقمشة ....، وهكذا يستمر الناتج الكلى فى الزيادة مع إضافة وحدات متتالية من مدخل الإنتاج المتغير (العمال) إلى أن يصل الناتج الكلى أقصى قيمة له عند تشغيل ١٠ عمال حيث يصل الناتج الكلى للمنشأة ١٧١ توب من الأقمشة . وبعد هذا الحد يؤدى زيادة تشغيل مدخل الإنتاج المتغير بوحده إضافية العامل رقم ١١ إلى خفض الناتج الكلى للمنشأة ليصل ١٦٥ توب من الأقمشة ، ويترتب على إضافة أى وحدة جديدة من مدخل الإنتاج المتغير بعد ذلك استمرار تناقص الناتج الكلى للمنشأة ...

وتجدر ملاحظة أن المدى الذى يتزايد فيه الناتج الكلى للمنشأة ابتداء من تشغيل العامل رقم ١ وحتى تشغيل العامل رقم ١٠ ، إنما يتم على مرحلتين **الأولى**: تبدأ من تشغيل العامل رقم ١ وحتى تشغيل العامل رقم ٤ حيث يتزايد الناتج الكلى بمعدلات سريعة أو معدلات متزايدة، حيث يضيف كل عامل جديد إلى الناتج الكلى أكبر مما أضافه العامل السابق عليه. أما **المرحلة الثانية** والتى تبدأ من تشغيل العامل رقم ٥ وحتى تشغيل العامل رقم ٩ يتزايد الناتج الكلى كذلك ولكن بمعدلات بطيئة أو معدلات متناقصة ، حيث يضيف كل عامل جديد إلى الناتج الكلى أقل مما أضافه العامل السابق عليه.

ومن ثم يمكن الخروج بنتيجة عامة ، وهى: أن الناتج الكلى فى المنشأة يمر بثلاث مراحل هى:-

- تزايد الناتج الكلى فى البداية بمعدلات متزايدة .
- تزايد الناتج الكلى بعد ذلك بمعدلات متناقصة .
- يتناقص الناتج الكلى فى النهاية .

٢-٢-٢: الإنتاجية المتوسطة:

تشير الإنتاجية المتوسطة إلى متوسط ما تضيفه كل وحدة من مدخل الإنتاج المتغير (العمل) إلى الناتج الكلى. وسوف نستخدم الاختصار (ن م) للإشارة إلى الناتج المتوسط أو الإنتاجية المتوسطة. ويحسب الناتج المتوسط على النحو التالى:

$$\text{ن . م} = \frac{\text{ن . ك}}{\text{وحدات مدخل الإنتاج المتغير (العمل)}}$$

ففى الحالة الافتراضية الممثلة بالجدول رقم (١-٨) يشير العمود رقم (٤) إلى الناتج المتوسط فى المنشأة ، ويتم الحصول عليه بقسمة قيم العمود رقم (٣) على قيم العمود رقم (٢) .

ويلاحظ أن الناتج المتوسط يتزايد فى البداية عند تشغيل عامل واحد وحتى تشغيل ٥ عمال حيث يصل أقصى قيمة له ، ويتناقص بعد ذلك عند تشغيل وحدات متتالية من مدخل الإنتاج المتغير العمال، حيث يبدأ الناتج المتوسط فى التناقص عند تشغيل العامل رقم (٦) ويستمر فى التناقص وحتى تشغيل العامل رقم ١٢ .. وهكذا. ولكن يلاحظ أن الناتج المتوسط يظل موجباً فى جميع الأحوال سواء كان متزايداً أو متناقصاً.

ومن ثم يمكن الخروج نتيجة عامة ، وهى: أن الناتج المتوسط فى المنشأة يمر بمرحلتين ، وهما :

- يتزايد فى البداية حتى يصل أقصى قيمة له.
- يتناقص بعد ذلك دون أن يصل إلى الصفر.

٢-٢-٣ : الإنتاجية الحدية:

تشير الإنتـاجية الحدية إلى الإضافة إلى الناتج الكلى لـلمنشأة التى تترتب على زيادة تشغـيل وحدات مـدخل الإنتاج المتغـير (العمل) بـوحدة واحدة فـقط. أى أنها تمثل مقـدار التغـير المتحقق فى الناتج الكلى للمنشـأة المترتب على تغـير فى تشـغيل مدخل الإنتاج المتغير بوحدة واحدة . وسوف نستخدم الاختصار (ن ح) للإشارة إلى الناتج الحدى أو الإنتاجية الحدية :

$$\text{ن ح} = \frac{\Delta \text{ن . ك}}{\Delta \text{ وحدات مدخل الإنتاج المتغير (العمل)}}$$

ففى الحالـة الافتراضية الممـثلة بالجدول رقم (١-٨) يشير العـمود رقم (٥) إلى الناتج الحدى ، ويتم الحـصول عليـه بقسمـة مقدار التـغير فى العـمود رقم (٣) على مقدار التغير فى العمود رقم (٢).

ويلاحظ أن الناتج الحـدى يتـزايد فى البـداية عند تشـغيل عامل واحـد وحـتى تشغيل ٤ عمال حيث يصل أقصى قيـمة له ، ويتناقص بعد ذلك عند تشغيل ٥ عمال ويستـمر فى التناقص حتى يصل إلى الصـفر عند تشغيل ١٠ عـمال، ويؤدى تشغيل وحدات جديـدة بعد ذلك من مدخل الإنتاج المتـغير إلى تحول الناتج الحـدى إلى قيم سالبة مثلما حدث عند تشغيل العامل رقم ١١ والعامل رقم ١٢ .. وهكذا.

ومن ثم يمكن الخروج بنتيجة عامة ، وهى: أن الناتج الحـدى يمر بثلاث مراحل، وهى:

- يتزايد فى البداية حتى يصل أقصى قيمة له.
- يتناقص بعد ذلك حتى يصل إلى الصفر.
- يتحول إلى قيم سالبة .

وتمثل قيم الناتج الحدى الأساس فى تقسـيم مراحل الإنتاج داخل المنشأة، حيث تنقسم مراحل الإنتاج إلى ثلاث مراحل هى فى الأساس مراحل سلوك الناتج الحدى.

٣ : مراحل الإنتاج لمدخل الإنتاج المتغير فى المنشأة فى الأجل القصير:

يتضح من التحليل السابق لعلاقات الإنتاج فى المنشأة فى الأجل القصير - وذلك فى ضوء افتراضات سريان قانون تناقص الغلة المشار إليها سابقاً - أن العملية الإنتاجية فى المنشأة يمكن أن تمر بثلاث مراحل:

٣-١ : المرحلة الأولى: مرحلة تزايد الغلة :

عندما يبدأ أى مشروع فى الإنتاج لا يتمكن من استغلال طاقته الإنتاجية القصوى كاملة ، وتكون الكمية المستخدمة من مدخل الإنتاج المتغير أقل من طاقة تشغيل مدخل الإنتاج الثابت، ومن ثم فإن تشغيل أى وحدة جديدة من مدخل الإنتاج المتغير فى هذه المرحلة سيضيف إلى الناتج الكلى إضافة أكبر مما أضافته الوحدة السابقة عليه ، لأن كل وحدة جديدة تضاف فى هذه المرحلة من المدخل المتغير ستتيح تشغيل أفضل للمدخل الثابت، حيث تتسم هذه المرحلة بوجود بطالة مقنعة فى مدخل الإنتاج الثابت.

وفى هذه المرحلة يتسم الناتج الكلى والناتج المتوسط والناتج الحدى، بما يلى:

- يتزايد الناتج الكلى بمعدلات متزايدة (سريعة) .
- يتزايد الناتج المتوسط حتى يصل أقصى قيمة له.
- يزايد الناتج الحدى.
- بالرغم من أن الناتج المتوسط والناتج الحدى يتزايدان فى هذه المرحلة ، إلا أن الناتج الحدى يكون أكبر من الناتج المتوسط. أى أن ميل كل من (ن.م) و (ن.ح) موجب، ولكن ميل (ن.ح) > ميل (ن.م).

٣-٢ : المرحلة الثانية : مرحلة تناقص الغلة :

فى هذه المرحلة تقترب الكميات المستخدمة من مدخل الإنتاج المتغير من طاقة تشغيل مدخل الإنتاج الثابت، وتبدأ الطاقة غير المستغلة من مدخل الإنتاج الثابت فى التلاشى تدريجياً. ومن ثم فإن تشغيل أى وحدة جديدة من مدخل الإنتاج المتغير فى هذه المرحلة سيضيف إلى الناتج الكلى، ولكن ستكون الإضافة أقل مما أضافته

الوحدة السابقة عليه، إلى أن نصل مستوى تكون عنده الكمية المستخدمة من مدخل الإنتاج المتغير تمثل طاقة التشغيل الكاملة لمدخل الإنتاج الثابت (ومن ثم فهى تمثل الطاقة القصوى لاستيعاب مدخل الإنتاج الثابت لمدخل الإنتاج المتغير)، وعند هذا المستوى يصل الإنتاج الكلى فى المنشأة إلى أقصى قيمة له.

وفى هذه المرحلة يتسم الناتج الكلى والناتج المتوسط والناتج الحدى، بمايلى:

- يتزايد الناتج الكلى بمعدلات متناقصة (بطيئة).
- يتناقص الناتج المتوسط ولكنه لا يصل إلى الصفر.
- يتناقص الناتج الحدى إلى أن يصل إلى الصفر.
- بالرغم من أن الناتج المتوسط والناتج الحدى متناقصان فى هذه المرحلة ، إلا أن الناتج المتوسط يكون أكبر من الناتج الحدى. أى أن ميل كل من (ن.م) و(ن.ح) سالب، ولكن تظل القيمة المطلقة لميل (ن.ح) > القيمة المطلقة لميل (ن.م) .

٣-٣ : المرحلة الثالثة : مرحلة الغلة السالبة :

يدخل الإنتاج فى المنشأة هذه المرحلة عندما تقرر المنشأة تشغيل وحدات إضافية من مدخل الإنتاج المتغير تفوق طاقة استيعاب مدخل الإنتاج الثابت، ومن ثم تظهر البطالة المقنعة فى مدخل الإنتاج المتغير، حيث سيترتب على زيادة عدد العمال مثلاً تكديس مكان العمل ويترتب على ذلك تعطيل وإعاقة بعضهم البعض، وينخفض حجم الإنتاج ، وتكون الحالة الظاهرة فى المنشأة هى أن جميع العمال يعملون ولكن بفحص إنتاجية هولاء العمال يتضح أنهم يعملون بأقل من إنتاجتهم الكاملة وهو ما يطلق عليه البطالة المقنعة . وتنتشر هذه الظاهرة فى الدول النامية حيث تعانى من الزيادة السكانية وتفاقم مشكلة البطالة الظاهرة وانتشار الوساطة والمحسوبية والمجاملات فى التوظيف، وبصفة خاصة فى المنشآت الإنتاجية الحكومية . ومن ثم فإن تشغيل أى وحدة جديدة من مدخل الإنتاج المتغير (العمل) فى هذه المرحلة سيؤدى إلى خفض الإنتاج الكلى.

وفى هذه المرحلة يتسم الناتج الكلى والناتج المتوسط والناتج الحدى، بما يلى:-

- يتناقص الناتج الكلى.
- يتناقص الناتج المتوسط ولكنه لايصل إلى الصفر.
- يكون الناتج الحدى سالباً.

حد التوسع : هو الحد الفاصل بين المرحلة الأولى للإنتاج والمرحلة الثانية ، أى أنه يمثل نهاية مرحلة تزايد الغلة وفى نفس الوقت يمثل بداية مرحلة تناقص الغلة . وتصل المنشأة إلى هذا الحد عندما يتعادل الناتج الحدى مع الناتج المتوسط عند أقصى قيمة للناتج المتوسط. ويتمثل هذا الحد فى الجدول رقم (١-٨) عند تشغيل العامل رقم (٥).

حد الكثافة : هو الحد الفاصل بين المرحلة الثانية للإنتاج والمرحلة الثالثة، أى أنه يمثل نهاية مرحلة تناقص الغلة وفى نفس الوقت يمثل بداية مرحلة الغلة السالبة . وتصل المنشأة إلى هذا الحد عندما يصل الناتج الكلى أقصى قيمة له ، ومن ثم يكون الناتج الحدى مساوياً للصفر. ويتمثل هذا الحد فى الجدول رقم (١-٨) عند تشغيل العامل رقم (١٠).

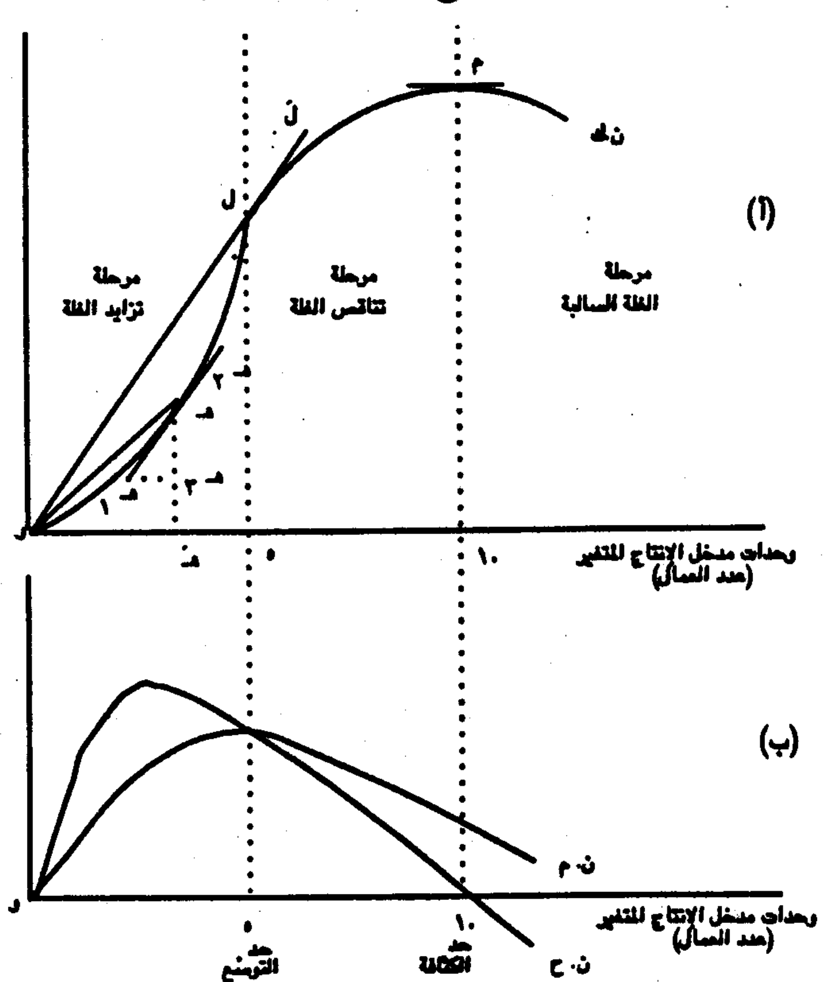
٣-٤: التمثيل البيانى والهندسى لعلاقات الإنتاج فى الأجل القصير:

يمكن تمثيل بيانات الجدول رقم (١-٨) بيانياً، حيث يمثل المحور الأفقى الوحدات المستخدمة من مدخل الإنتاج المتغير (العمال) ، ويمثل المحور الرأسى الإنتاجية ، سواء كانت الكلية أو المتوسطة أو الحدية ، لنحصل على الشكل البيانى رقم (١-٨).

ففى القسم (أ) من الشكل رقم (١-٨) يمثل المنحنى (ن ك) نفس العلاقة التى يظهرها العمود رقم (٣) من الجدول (١-٨) ، حيث يتزايد منحنى (ن.ك) فى البداية بمعدلات متزايدة ، ويستمر كذلك فى التزايد فى المرحلة الثانية ، ولكن بمعدلات متناقصة ، ويبدأ فى التناقص فى المرحلة الأخيرة .

شكل (١-٨)

علاقات الإنتاج فى الأجل القصير فى المنشأة.



وفى القسـم (ب) من الشكل رقم (١-٨) يمثل المنحنى (ن م) نفس العـلاقة التى يظهرها العمود رقم (٤) فى الجـدول (١-٨) ، حيث يتزايد منحنى (ن.م) فى المرحلة الأولى إلى أن يصل أقـصى قـيمـة له، ويتناقص فى المرحلة الـثانيـة ، ويسـتـمـر فى التناقص فى المرحلة الثـالثة ، ولن يصل إلى الصـفر أبداً لأنه لن يصل إلى الصـفر إلا إلا كان الناتج الكلى صفر. ولن يصل الناتج الكلى إلى الـصفر إلا إذا توقفت المنشأة عن الإنتاج ، وفى هذه الحالة لن تستخدم أى وحدات من مدخلات الإنتاج المتغيرة .

ويمثل المنحنى (ن ح) نفس العلاقة التى يظهرها العمود رقم (٥) فى الجدول رقم

(١-٨) ، حيث يتزايد منحنى (ن ح) فى المرحلة الأولى، ويتناقص فى المرحلة الثانية إلى أن يصل الصفر، ويتحول إلى قيم سالبة فى المرحلة الثالثة.

ويظهر الشكل رقم (١-٨) حدود مراحل الإنتاج الثلاث بوضوح ، حيث تبدأ المرحلة لاأولى مع بداية الإنتاج وتنتهى عند تشغيل ٥ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير، وتبدأ المرحلة الثانية عند تشغيل ٥ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير وتنتهى عند تشغيل ١٠ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير، وتبدأ المرحلة الثالثة عند تشغيل ١٠ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير وتستمر طالما استمر الإنتاج بعد ذلك .

ويظهر حد التوسع فى الشكل البيانى رقم (١-٨) عند نقطة تعادل (ن.م.) مع (ن.ح)، ويكون ذلك عند تشغيل ٥ وحدات بين مدخل الإنتاج المتغير. ويظهر حد الكثافة فى الشكل رقم (١-٨) عند النقطة التى يصل فيها (ن.ك) أقصى قيمة له ، وعندما يكون (ن.ح) مساوياً للصفر، ويكون ذلك عند تشغيل ١٠ وحدات من مدخل الإنتاج المتغير.

٣-٤-١: اشتقاق الناتج المتوسط هندسيا:

يمكن حساب (ن م) هندسياً من منحنى (ن ك) وذلك بتوصيل أى نقطة على منحنى (ن ك) بخط مستقيم إلى نقطة الأصل ونحصل على ميل هذا الخط.

فمثلاً عند النقطة (هـ) على منحنى (ن ك) إذا أردنا حساب الناتج المتوسط المقابل لهذه النقطة ، نقوم بتوصيل النقطة (هـ) بنقطة الأصل (و) لنحصل على الخط (هـ و) ونحسب ميل هذا الخط، حيث يكون ميل هذا الخط هو ظل الزاوية التى يصنعها مع المحور الأفقى وهى الزاوية هـ و هـَ ويحسب ظل هذه الزاوية كالآتى:

$$\frac{\text{المقابل}}{\text{المجاور}} = \frac{\text{هـ هـَ}}{\text{و هـَ}} = \frac{\text{ن .ك}}{\text{وحدات العنصر المتغير}}$$

وكقاعدة عامة فإن الناتج المتوسط يمثل ميل الخط الواصل من أى نقطة على منحنى الناتج الكلى إلى نقطة الأصل.

٣-٤-٢ : اشتقاق منحنى الناتج الحدي هندسيا:

يمكن حساب (ن ح) هندسياً وذلك برسم خط مستقيم مماس لأى نقطة على منحنى الناتج الكلى، ونحصل على ميل هذا المماس. فمثلاً عند النقطة (هـ) على منحنى (ن ك) إذا أردنا حساب الناتج الحدى المقابل لهذه النقطة ، نقوم برسم مماس لهذه النقطة لنحصل على الخط (هـ$_1$ هـ $_2$) ونحسب ميل هذا الخط، ومن ثم نسقط من النقطة (هـ) خط رأسى ونسقط من النقطة (هـ$_1$) خط أفقى ليتلاقى الخطان عند النقطة (هـ $_2$) ، ومن ثم نحصل على الزاوية التى يصنعها هذا المماس مع المحور الأفقى وهى الزاوية (هـ هـ$_1$ هـ$_2$) ونحسب ظل هذه الزاوية كالآتى:

$$\frac{\text{المقابل}}{\text{المجاور}} = \frac{\text{هـ هـ}_2}{\text{هـ}_1\text{ هـ}_2} = \frac{\Delta\ \text{وحدات الناتج الكلى}}{\Delta\ \text{وحدات مدخل الإنتاج المتغير}}$$

وكقاعدة عامة ، فإن الناتج الحدى يمثل ميل المماس لأى نقطة على منحنى الناتج الكلى.

ويلاحظ أنه عند النقطة (ل) على منحنى الناتج الكلى عند توصيل هذه النقطة بنقطة الأصل نحصل على الخط (ل و) ، وعند رسم مماس لنفس هذه النقطة نحصل على الخط (لَ و) ، ويلاحظ أن المماس منطبق تماماً على الخط الواصل من هذه النقطة إلى نقطة الأصل، وبالتالى فإنه عند هذه النقطة يكون (ن.م) مساوياً (ن.ح) ، وتمثل هذه النقطة حد التوسع ، أى نهاية المرحلة الأولى وبداية المرحلة الثانية، وهى النقطة الوحيدة على منحنى (ن.ك) التى تتحقق لها هذه السمة .

وعند النقطة (م) على منحنى الناتج الكلى عند رسم مماس لهذه النقطة يكون خط أفقى، ومعلوم أن ميل الخط الأفقى يعادل الصفر، ومن ثم فإن الناتج الحدى عند هذه النقطة يكون مساوياً للصفر، وتمثل هذه النقطة حد الكثافة أى نهاية المرحلة الثانية وبداية المرحلة الثالثة. وهى النقطة الوحيدة على منحنى (ن.ك) التى يكون ميل المماس لها خطاً أفقياً.

٣-٥ : مرونة الناتج الكلى لمدخل الإنتاج :

تعرف مرونة الناتج الكلى بأنها التغير النسبى فى حجم الناتج الكلى المقابل لتغير نسبى فى أحد مدخلات الإنتاج ، وتحسب مرونة الناتج الكلى وفقاً لهذا التعريف بقسمة نسبة التغير فى الناتج الكلى على نسبة التغير فى أحد مدخلات الإنتاج فى المنشأة :

$$مر_{نك} = \frac{\text{نسبة التغير فى الناتج الكلى}}{\text{نسبة التغير فى مدخل الإنتاج}}$$

فإذا اعتبرنا أن التغير فى الناتج الكلى كان نتيجة تغير فى مدخل العمل، فيمكن حساب مرونة الناتج الكلى على النحو التالى:

$$= \frac{(نك)_٢ - (نك)_١}{(نك)_١} \div \frac{ع_٢ - ع_١}{ع_١}$$

$$= \frac{\Delta نك}{نك} \times \frac{ع}{\Delta ع}$$

$$= \frac{\Delta نك}{\Delta ع} \times \frac{ع}{نك}$$

ويمكن إعادة كتابة المعادلة السابقة على النحو التالى:

$$مر_{نك} = \frac{\Delta نك}{\Delta ع} \div \frac{نك}{ع}$$

ومن ثم يمكن الوصول إلى صغية عامة لمرونة الناتج الكلى، على الصورة التالية:

$$مر_{نك} = \frac{ن.ح}{ن.م}$$

حيث أن :

$مر_{ن ك}$ = مرونة الناتج الكلى

$\frac{\Delta ن ك}{\Delta ع}$ = الناتج الحدى لمدخل العمل.

$\frac{ن ك}{ع}$ = الناتج المتوسط لدخل العمل.

أى أنه يمكن حساب مرونة الناتج الكلى بقسمة الناتج الحدى لمدخل إنتاج معين على الناتج المتوسط لنفس مدخل الإنتاج ، مع الآخذ فى الاعتبار أن يكون الناتج الحدى والناتج المتوسط محسوبان عند نفس النقطة على منحنى الناتج الكلى للمدخل. أى يكون الناتج الحدى والناتج المتوسط يقابلان نفس الكمية من مدخل الإنتاج.

فإذا رجعنا إلى الجدول رقم (١-٨) وقمنا بحساب مرونة الناتج الكلى بالنسبة لمدخل العمل، فسنحصل على النتائج التى يظهرها الجدول رقم (٢-٨).

جدول رقم (٤-٨)

كيفية حساب مرونة الناتج الكلى ودلالتها للتعرف علي مراحل الإنتاج

وحدات مدخل الإنتاج المتغير	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢
ن.م	-	٢١	٢٣	٢٥	٢٥	٢٤	٢٣	٢١	١٩	١٧,١	١٥	١٣
ن ح	-	٢٢	٢٧	٣١	٢٥	٢١	١٥	٧	٣	صفر	٦-	٩-
مرونة الناتج الكلى	-	١,٠٥	١,١٧	١,٢٤	١	٠,٨٨	٠,٦٥	٠,٣٣	٠,١٦	صفر	-٠,٤	-٠,٦٩
مراحل الإنتاج		مرحلة تزايد الغلة			حد التوسع	مرحلة تناقص الغلة				حد الكثافة	مرحلة الغلة السالبة	

وبتحليل الأرقام المحسوبة لمرونة الناتج الكلى لمدخل العمل فى الجدول رقم (٢-٨) نلاحظ أن :

- تكون مرونة الناتج الكلى موجبة وأكبر من الواحد الصحيح (م ن ك > ١) فى المرحلة الأولى (تزايد الغلة) ، وتفسير ذلك أن الناتج الحدى يكون أكبر من الناتج المتوسط. ويلاحظ أن قيم مرونة الناتج تتزايد كلما اقتربنا من نهاية هذه المرحلة لأن معدل تزايد الناتج الحدى يكون أكبر من معدل تزايد الناتج المتوسط.
- تكون مرونة الناتج الكلى موجبة ومساوية للواحد الصحيح (هـ ن ك = ١) عند حد التوسع، حيث يكون الناتج الحدى مساوياً للناتج المتوسط.
- تكون مرونة الناتج الكلى موجبة وأقل من الواحد الصحيح (هـ ن ك < ١) فى المرحلة الثانية (مرحلة تناقص الغلة) ، وتفسير ذلك أن الناتج الحدى يكون أقل من الناتج المتوسط، ويلاحظ أن قيم مرونة الناتج تتناقص كلما اقتربنا من نهاية هذه المرحلة لأن معدل تناقص الناتج الحدى يكون أكبر من معدل تناقص الناتج المتوسط.
- تكون مرونة الناتج الكلى مساوية للصفر (هـ ن ك = صفر) عند حد الكثافة ، حيث يكون الناتج الحدى مساوياً للصفر.
- تكون مرونة الناتج الكليسالبة (مر ن ك < صفر) فى المرحلة الثالثة (الغلة السالبة)، حيث يكون الناتج الحدى فى هذه المرحلة قيم سالبة.

٤ : إتساق وتماثل مراحل الإنتاج لكل من مدخل الإنتاج المتغير ومدخل الإنتاج الثابت:

يمكن الحصول على مراحل الإنتاج الثلاث بالنسبة لمدخل الإنتاج الثابت (الآلات)، وذلك بإحداث انعكاس فى التحليل بالنسبة للجدول رقم (١-٨) والشكل رقم (١-٨) ، باعتبار أن العمل هو المدخل الثابت والآلات هى المدخل المتغير، وبالتالى سيتم قراءة الجدول من أسفل لأعلى، وقراءة المحور الأفقى من اليمين إلى اليسار، فإذا رجعنا إلى الجدول رقم (١-٨) نلاحظ أن ١٢ وحدة عمل

قد استخدمت مع ٨ وحدات آلات، أى أن $\frac{٨}{١٢}$ وحدة آلات تكون قد استخدمت مع وحدة واحدة من العمل، وبالتالى فإن الناتج الكلى لـ $\frac{٨}{١٢}$ وحدة آلات يعادل الناتج المقابل لوحدة واحدة من العمل (١٥٦ ÷ ١٢) . وعند تشغيل ١١ وحدة عمل مع ٨ آلات، فإن هذا يعنى أن $\frac{٨}{١١}$ وحدة آلات تكون قد استخدمت مع وحدة واحدة من العمل، وبالتالى فإن الناتج الكلى لـ $\frac{٨}{١١}$ وحدة آلات يعادل الناتج المقابل لوحدة واحدة من العمل (١٦٥ ÷ ١١) ،.... وهكذا.. تستمر هذه العملية حتى نصل إلى أعلى الجدول، لنجد أن الناتج الكلى للآلات هو نفسه الناتج المتوسط لمدخل العمل. وذلك كما يظهره الجدول رقم (٣-٨).

جدول رقم (٣-٨)

مراحل الإنتاج بالنسبة لعنصر رأس المال

مدخل الإنتاج الثابت (عدد العمال)	الآلات / عدد العمال	ن . ك للآلات	ن . م للآلات	ن . ح للآلات	مراحل الإنتاج
١	-	-	-	-	
١	$\frac{٨}{١}$	٢٠	٢,٥	٠,٢٥-	(٣) الغلة
١	$\frac{٨}{٢}$	٢١	٥,٢٥	١,٥-	
١	$\frac{٨}{٣}$	٢٣	٨,٦٢٥	٣-	
١	$\frac{٨}{٤}$	٢٥	١٢,٥	صفر	← حد الكثافة
١	$\frac{٨}{٥}$	٢٥	١٥,٦٢٥	٣,٧٥	
١	$\frac{٨}{٦}$	٢٤	١٨	٥,٢٥	(٢)
١	$\frac{٨}{٧}$	٢٣	٢٠,١٢٥	١٤	تناقص
١	$\frac{٨}{٨}$	٢١	٢١	١٨	
١	$\frac{٨}{٩}$	١٩	٢١,٣٧٥	٢١,٣٧٥	← حد التوسع
١	$\frac{٨}{١٠}$	١٧,١	٢١,٣٧٥	٢٨,٨٧٥	(١)
١	$\frac{٨}{١١}$	١٥	٢٠,٦٢٥	٣٣	تزايد
١	$\frac{٨}{١٢}$	١٣	١٩,٥	١٩,٥	

ويمكن حساب الناتج المتوسط لمدخل الآلات بقسمة الناتج الكلى للآلات على نسبة وحدات الآلات / وحدات العمل، أو بقسمة الناتج الكلى للعمل على عدد وحدات الآلات. فمثلاً يتم حساب الناتج المتوسط لـ $\frac{٨}{١٢}$ وحدة آلات على النحو التالى:

$$= ١٣ \div \frac{٨}{١٢} = ١٣$$

$$= ١٥٦ \div ٨ = ١٣$$

ويمكن حساب الناتج الحدى لمدخل الآلات بقسمة التغير فى الناتج الكلى للالات على التغير فى نسبة وحدات الآلات/ وحدات العمل، فمثلاً يتم حساب الناتج الحدى لـ $\frac{٨}{١٢}$ وحدة آلات على النحو التالى :

$$(١٣ - \text{صفر}) \div (\frac{٨}{١٢} - \text{صفر}) \quad = ١٩,٥$$

ويتم حساب الناتج الحدى لـ $\frac{٨}{١١}$ وحدة آلات على النحو التالى:

$$= ١٥ - ١٣ \div (\frac{٨}{١١} - \frac{٨}{١٢}) \quad = ٣٣$$

وبمقارنة النتائج التى يظهرها الجدول رقم (١-٨) والجدول رقم (٣-٨) يمكن استخلاص الآتى :

١- يتماثل جدول الناتج الكلى للعمل المستخدم مع وحدة الآلات والذى يمثل العمود رقم ٣ من الجدول (٣-٨) مع جدول متوسط الناتج الآلات المستخدم مع وحدة من العمل والذى يمثله العمود رقم ٣ من الجدول (١-٨).

٢- تتماثل المرحلة الأولي لمدخل العمل فى الجدول رقم (١-٨) مع المرحلة الثالثة للآلات فى الجدول رقم (٣-٨).

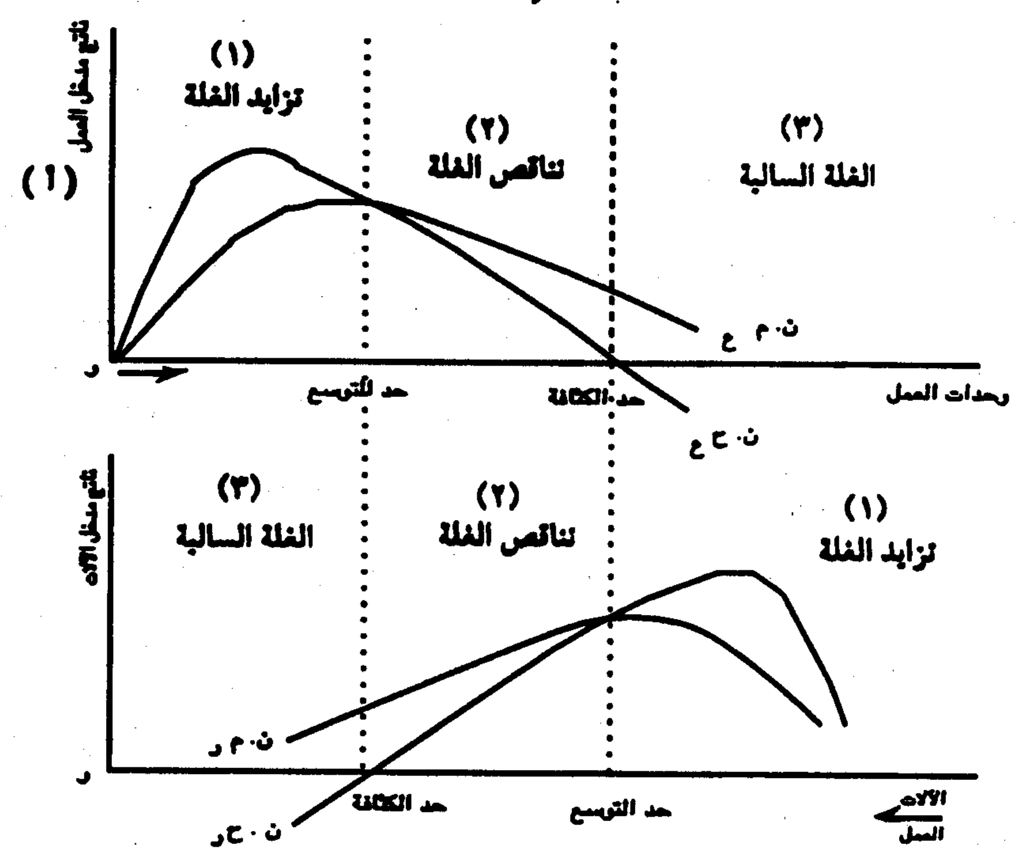
٣- تتماثل المرحلة الثانية للعمل فى الجدول رقم (١-٨) مع المرحلة الثانية للآلات فى الجدول (٣-٨).

٤- تتماثل المرحلة الثالثة للعمل فى الجدول رقم (١-٨) مع المرحلة الأولى للآلات فى الجدول (٣-٨).

ويمكن تجميع منحنيات الإنتاجية بالنسبة لمدخل العمل مع منحنيات الإنتاجية بالنسبة لمدخل الآلات فى الشكل رقم (٣-٨).

شكل رقم (٣-٨)

تماثل واتساق مراحل الإنتاج لكلٍ من المدخل المتغير والمدخل الثابت



يمثل الشكل رقم (٢-٨/أ) مراحل الإنتاج بالنسبة لمدخل الإنتاج المتغير (العمل) ويقرأ من اليسار إلي اليمين، بينما يمثل الشكل رقم (٢-٨/ب) مراحل الإنتاج بالنسبة لمدخل الإنتاج الثابت (الآلات) ويقرأ من اليمين إلي اليسار ، وبمقارنة وتحليل الجزئين (أ) ، (ب) من الشكل رقم (٢-٨) يتضح أن المرحلة الأولى لمدخل العمل وهى مرحلة تزايد الغلة حيث يكون الناتج المتوسط والناتج الحدى للعمل موجب. ويقابل هذه المرحلة المرحلة الثالثة لمدخل الآلات وهى مرحلة الغلة السالبة ،

حيث يكون الناتج الحدى للآلات سالب، ويكون الناتج المتوسط للآلات موجب. ويمكن تفسير ذلك بأن الكمية المستخدمة من العمل تعد قليلة بالنسبة للآلات، أو بعبارة أخرى تستخدم كميات كبيرة من الآلات بالنسبة للعمل، وبالتالى توجد بطالة مقنعة فى مدخل الآلات.

وكذلك فإن المرحلة الثانية لمدخل العمل وهى مرحلة تناقص الغلة حيث يتناقص الناتج المتوسط الناتج الحدى للعمل وتنتهى بوصول الناتج الحد للعمل إلى الصفر، ويقابل هذه المرحلة المرحلة الثانية لمدخل الآلات، حيث يتناقص الناتج المتوسط الناتج الحدى للآلات وتنتهى بوصول الناتج الحدى للآلات إلى الصفر. وتمثل هذه المرحلة منطقة **القرار الرشيد للإنتاج**، ففى هذه المرحلة يكون الناتج الحدى لمدخل العمل ومدخل الآلات موجب، وهذا يعنى أن زيادة نسبة المستخدم من العمل/ الآلات تعنى تحقيق ناتج حدى موجب، وكذلك فإن زيادة نسبة المستخدم من الآلات/ العمل تعنى تحقيق ناتج حدى موجب.

وكذلك فإن المرحلة الثالثة لمدخل العمل وهى مرحلة الغلة السالبة حيث يكون الناتج الحدى للعمل سالب ويكون الناتج المتوسط للعمل موجب. ويقابل هذه المرحلة المرحلة الأولى لمدخل الآلات وهى مرحلة تزايد الغلة يكون كل من الناتج المتوسط والناتج الحدى للآلات موجب ومتزايد، ويمكن تفسير ذلك بأن الكمية المستخدمة من العمل تعد كبيرة بالنسبة للآلات، أو بعبارة أخرى تستخدم كميات كبيرة من العمل بالنسبة للآلات، وبالتالى توجد بطالة مقنعة فى مدخل العمل.

منطقة القرار الرشيد للإنتاج :

يتضح أن مجموعة العمل/ رأس المال التى تحقق أعلى كفاءة ممكنة لمدخل العمل تقع على الحد الفاصل بين المرحلتين الأولى والثانية لمدخل العمل (بين المرحلتين

الثانيـة والثالثة للآلات) ، وكـذلك فإن مجـموعة العمـل/ رأس المال التى تحقق أعلى كفاءة ممـكنة لمدخل الآلات تقع على الحد الفاصل بين المرحلة الأولى والثـانية لمدخل الآلات (بين المرحلتين الثانية والثالثة لمدخل العمل).

ومن ثم سيُتخـذ قـرار الإنتاج الرشيـد في المرحلة الثانيـة ، حيـث يكون الناتج الحدي والناتج المتوسط موجب لكلا من مدخلي الإنتاج المتغير والثابت، بينما سيكون قرار الإنتـاج غير رشيـد في المرحلة الأولي أو الثالثـة بالنسبة لكلا من مـدخل الإنتاج المتغير والثابت حيث يكون الناتج الحدي سالب لأحد المدخلين.

ولما كان من غير الممكن أن يستـغنى المنتج عن تشغيل أحد المدخلين، فإن المشكلة تتعلق باخـتيـار تلك المجموعـة من مدخلى العمل والآلات الـتى تحقق أكبـر قدر من الكفاءة الاقتـصادية ، ويتوقف اختيار مجـموعة المدخلات المشار إليهـا على الأسعار النسبيـة لمدخل العمل والآلات. فكـلما انخـفض سعـر الوحدة من مـدخل الآلات بالنسبة لسعر الـوحدة من مدخل العمل اقتربت مجموعـة المدخلات الكفؤة من نهاية المرحلة الثانيـة للآلات (بداية المرحلة الثانية لمدخل العمل) . والعكس كـلما انخفض سعـر الوحدة من مـدخل العمل بالنسـبة لسـعر الوحـدة من مدخل الآلات اقـتربت مجموعة المدخلات الكفؤة من نهـاية المرحلة الثانية لمدخل العمل (بداية المرحلة الثانية لمدخل الآلات).

٥: علاقات الإنتاج فى الأجل الطويل:

كمـا رأينا سابقاً فـإنه فى الأجل الطويل تتاح للمنشـأة إمكانية تغـيير الكمـيات المستـخدمة من جمـيع مدخلات الإنتاج ، ويمكن تفـسير علاقـات الإنتاج فى الأجل الطويل من خـلال دراسة قـوانين الغلة بالنسـبة للحـجم، حيث تفـسر هذه القـوانين التغيرات التـى تحدث للإنتاج فى المنشأة عندما تتغـير الكميات المستخـدمة من جميع مدخلات الإنتاج فى المنشأة .

جدول رقم (٣-٨)

قوانين الغلة بالنسبة للحجم

حالات حجم المشروع	كميات مدخل الإنتاج: العمل	كميات مدخل الإنتاج: رأس المال	حجم الإنتاج من	نسبة الزيادة فى المستخدم من مدخلات الإنتاج	نسبة الزيادة فى حجم الإنتاج	مراحل الإنتاج فى الأجل الطويل
١	١٠	٥٠	١٢٠	-	-	تزايد الغلة بالنسبة للحجم
٢	٢٠	١٠٠	٢٦٤	١٠٠٪	١٢٠٪	
٣	٤٠	٢٠٠	٦٦٠	١٠٠٪	١٥٠٪	
٤	٨٠	٤٠٠	١٣٢٠	١٠٠٪	١٠٠٪	ثبات الغلة بالنسبة للحجم
٥	١٦٠	٨٠٠	٢٦٤٠	١٠٠٪	١٠٠٪	
٦	٣٢٠	١٦٠٠	٤٨٨٤	١٠٠٪	٨٥٪	تناقص الغلة بالنسبة للحجم
٧	٦٤٠	٣٢٠٠	٨٥٤٧	١٠٠٪	٧٥٪	

ولتوضيح ذلك سنفترض من أجل التبسيط أن الإنتاج فى المنشأة يتم باستخدام مدخلين للإنتاج ، وهما العمل ورأس المال، وكلما رغبت المنشأة فى زيادة حجم المشروع فإنها ستضاعف من تشغيل مدخلى الإنتاج العمل ورأس المال لتنتقل من حجم مشروع معين إلى حجم أكبر. وتتغير أحجام الإنتاج كلما انتقلت المنشأة من حجم مشروع إلى حجم أكبر وذلك كما يتضح وفقاً للبيانات الافتراضية التى يعرضها العمود رقم (٤) فى الجدول رقم (٣-٨) .

٥-١: مراحل الإنتاج فى الأجل الطويل:

كما رأينا سابقاً تتاح للمنشأة إمكانية تغير جميع مدخلات الإنتاج فى الأجل الطويل ، ومن ثم لاتوجد أى مدخلات ثابتة فى الأجل الطويل ، وبالتالى فإنه يمكن تقسيم مراحل الإنتاج فى الأجل الطويل إلى مراحل ثلاث هى:

٥-١-١: مرحلة تزايد الغلة بالنسبة للحجم:

غالباً ما تعمل جميع المنشآت فى هذه المرحلة خلال الفترات الأولى لحياة

المشروع الإنتاجية ، ويمكن القول بأن المنشأة تعمل فى هذه المرحلة ، إذا اتخذت إدارة المنشأة قراراً بزيادة حجم المشروع (ممثلا فى زيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج) بنسبة معينة ، وترتب على ذلك زيادة فى كمية (حجم) الإنتاج داخل المنشأة بنسبة أكبر من نسبة زيادة حجم المشروع.

ويبدو ذلك واضحاً فى الجدول رقم (٢-٨) ، فعند انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (١) إلى حجم المشروع رقم (٢) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج (العمل، رأس المال) بنسبة ١٠٠٪ ترتب على ذلك زيادة فى حجم الإنتاج بنسبة ١٢٠٪ ، وكذلك فإن انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٢) إلى حجم المشروع رقم (٣) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع المدخلات (العمل، رأس المال) بنسبة ١٠٠٪ ، ترتب على ذلك زيادة فى حجم الإنتاج بنسبة ١٥٠٪.

ويطلق على هذه الظاهرة "قانون تزايد الغلة بالنسبة للحجم" ، ويلاحظ أن المنشأة فى الحالة الافتراضية التى بين أيدينا تعمل فى إطار هذا القانون فى مدى الأحجام الثلاث الأولى للمشروع. ويُرجِع الاقتصاديون تفسير هذه الظاهرة إلى استفادة المشروع بـ "وفورات الحجم الكبير للمشروع" Economies of Scale ، وقد أمكن الوقوف على عوامل عديدة وراء ظهور "وفورات الحجم الكبير" ، ولعل أهم تلك العوامل:

- الكفاءة المرتفعة للآلات والمعدات الكبيرة ، والتى لاتكون قابلة للانقسام إلى وحدات صغيرة تناسب الأحجام المنخفضة للمشروع إذ أن استخدام آلة لرى ١٠٠ فدان سيكون أوفر كثيراً عن استخدام نفس الآلة لرى ٥ أفدنة.

- إمكانية التخصص وتقسيم العمل بطريقة أفضل عند أحجام المشروع كبيرة الحجم، وهذا قد لايتاح عند أحجام المشروع المنخفضة . حيث يؤدى التخصص وتقسيم العمل إلى زيادة الإنتاجية الحدية للمدخلات (الموارد) المستخدمة فى الإنتاج نتيجة الاحتراف واتقان العمل واختصار الوقت والجهد والحركة.

٥-١-٢: مرحلة ثبات الغلة بالنسبة للحجم:

وتعمل المنشآت فى هذه المرحلة عندما يصل حجم المشروع إلى درجة من الكبر، بحيث إذا اتخذت إدارة المشروع قراراً بعد ذلك بزيادة حجم المشروع (ممثلاً فى زيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج) بنسبة معينة يترتب على ذلك زيادة فى كمية (حجم) الإنتاج داخل المنشأة بنفس نسبة زيادة حجم المشروع.

ويبدو هذا واضحاً فى الجدول رقم (٣-٨) ، فعند انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٣) أو حجم المشروع رقم (٤) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج بنسبة ١٠٠٪ ترتب على ذلك زيادة فى حجم الإنتاج بنسبة ١٠٠٪، وكذلك فإن انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٤) إلى حجم المشروع رقم (٥) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج بنسبة ١٠٠٪ ترتب على ذلك زيادة فى حجم الإنتاج بنسبة ١٠٠٪.

ويطلق على هذه الظاهرة "**قانون ثبات الغلة بالنسبة للحجم**"، ويلاحظ أن المنشأة فى الحالة الافتراضية التى بين أيدينا تعمل فى إطار هذا القانون على مدى حجمى المشروع رقم (٤) ، (٥) . ويفسر الاقتصاديون هذه الظاهرة بتلاشى وفورات الحجم الكبير وعدم ظهور أضرار الحجم الكبير بعد.

٥-١-٣ : مرحلة تناقص الغلة بالنسبة للحجم:

تعمل المنشآت فى هذه المرحلة عندما يتضخم حجم المشروع ويصل إلى درجة من الكبر، بحيث إذا اتخذت إدارة المنشأة قراراً بعد ذلك بزيادة حجم المشروع (ممثلاً فى زيادة الكميات المستخدمة من جميع مدخلات الإنتاج) بنسبة معينة ، ترتب على ذلك زيادة فى كمية (حجم) الإنتاج داخل المنشأة بنسبة أقل من نسبة زيادة حجم المشروع. ويبدو ذلك واضحاً فى الجدول رقم (٣-٨) ، فعند انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٥) إلى حجم المشروع رقم (٦) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع المدخلات (العمل، رأس المال) بنسبة ١٠٠٪، ترتب على ذلك زيادة فى كمية (حجم) الإنتاج بنسبة ٨٥٪ وكذلك فإن انتقال المنشأة من حجم المشروع رقم (٦)

إلى حجم المشروع رقم (٧) بزيادة الكميات المستخدمة من جميع المدخلات (العمل، رأس المال) بنسبة ١٠٠٪؛ ترتب على ذلك زيادة كمية (حجم) الإنتاج بنسبة ٧٥٪.

ويطلق على هذه الظاهرة "**قانون تناقص الغلة بالنسبة للحجم**"، ويلاحظ أن المنشأة فى الحالة الافتراضية التى بين أيدينا تعمل فى إطار هذا القانون على مدى حجمى المشروع رقم (٦) و (٧) . وما زاد عن ذلك، ويُرجع الاقتصاديون تفسير هذه الظاهرة إلى ظهور أضرار الحجم الكبير Diseconomies of Scale، وقد أمكن الوقوف على عوامل عديدة وراء ظهور "أضرار الحجم الكبير"، ولعل أهم تلك العوامل:

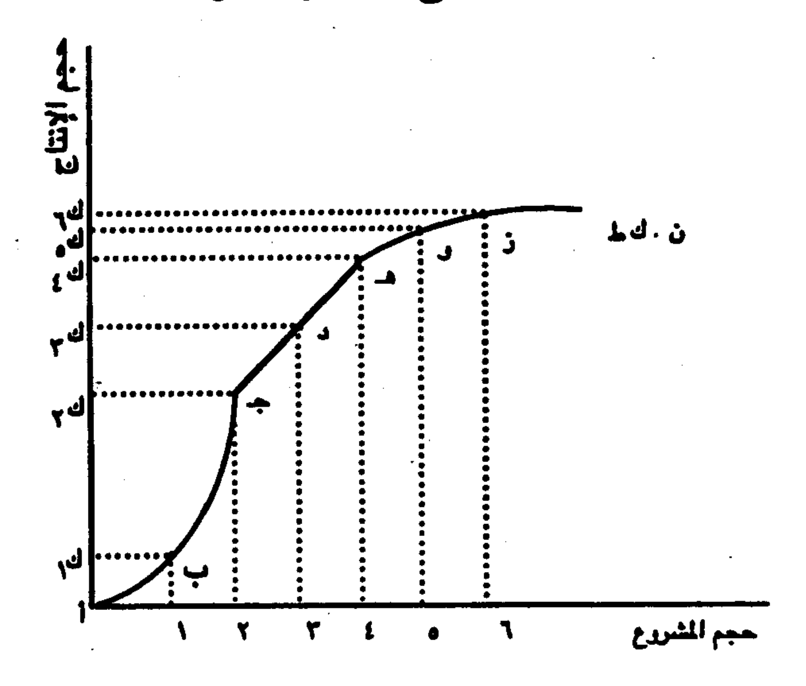
يترتب على تضخم حجم المشروع عن حد معين انخفاض كفاءة إدارة المشروع، حيث ينقطع الاتصال الشخصى بين الإدارة والعمال، مما يضعف الحماس لرفع الإنتاجية مقارنة بالدرجة التى كانت قائمة عند الأحجام الصغيرة للمشروع. وترتب على تضخم حجم المنشأة (المشروع) ضرورة تفويض سلطات الإدارة إلى العديد من النواب ومساعديهم ، مما قد يترتب عليه تفكك الإطار التنظيمى للمنشأة ، وتصبح الأعمال أكثر تعقيد مهما كانت درجة تفويض السلطات حيث تظهر مشاكل خاصة بالتعقيدأ الروتينى والتنسيق، وتفقد المنشأة أهم مقومات نجاحها سواء فى نواحى التخطيط أو التوجيه أو الرقابة ، ويترتب على تعقد العمليات الإدارية ارتفاع تكلفتها ومن ثم ارتفاع تكاليف الإنتاج.

٥-٢ : التمثيل البيانى والهندسى لعلاقات الإنتاج فى الآجل الطويل:

يمكن تمثيل بيانات الجدول رقم (٣-٨) بيانياً، حيث يمثل المحور الأفقى الأحجام المختلفة للمشروع، ويمثل المحور الرأسى أحجام (كميات) الإنتاج المقابلة لكل حجم من أحجام المشروع، لنحصل على الشكل البيانى التالى:

شكل رقم (٣-٨)

علاقات الإنتاج فى الأجل الطويل



وفى الشكل (٣-٨) يمثل المنحنى ن. كط منحنى الناتج الكلى للمنشأة فى الأجل الطويل، ويلاحظ أن يمر بثلاث مراحل: ففى المسافة أ ب جـ يلاحظ أن نسبة الزيادة فى الإنتاج تكون أكبر من (أسرع من) نسبة الزيادة فى حجم المشروع، ومن ثم فإن المسافة أ ب جـ تمثل المدى الزمنى لسريان قانون تزايد غلة الحجم فى المنشأة . وفى المسافة جـ د هـ يلاحظ أن نسبة الزيادة فى الإنتاج تكون متساوية مع نسبة الزيادة فى حجم المشروع، ومن ثم فإن المسافة جـ د هـ تمثل المدى الزمنى لسريان قانون ثبات غلة الحجم فى المنشأة . وفى المسافة هـ و ز يلاحظ أن نسبة الزيادة فى الإنتاج تكون أقل من (أبطئ من) نسبة زيادة حجم المشروع، ومن ثم فإن المسافة هـ و ز تمثل المدى الزمنى لسريان قانون تناقص غلة الحجم فى المنشأة.

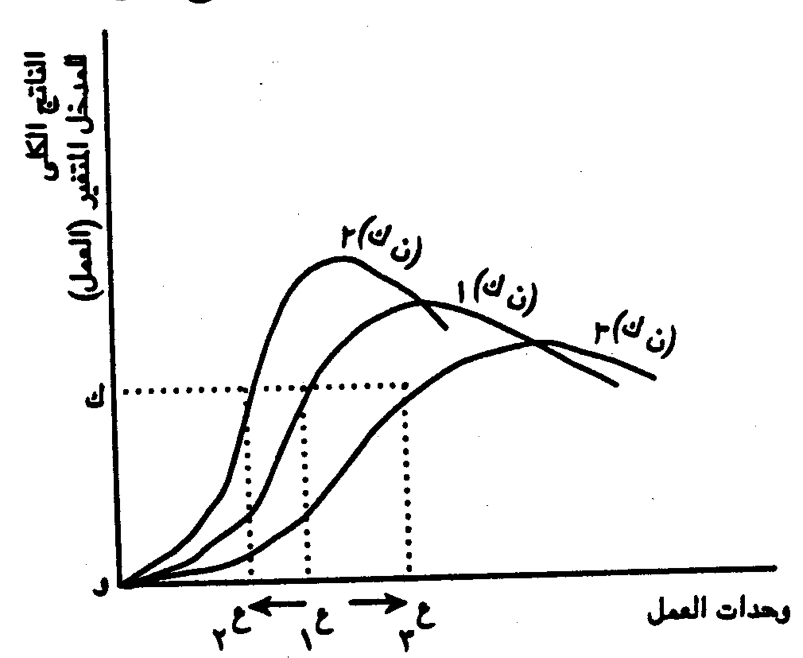
٣-٥ : الإحلال بين المدخلات وانتقال منحنى الناتج الكلى:

يمثل منحنى الناتج الكلى فى الأجل القصير مقدار الناتج المتحقق من تشغيل وحدات متتالية من المدخل المتغير (العمل) مع كمية محددة من المدخل الثابت

(الآلات). كما يمثله المنحنى (ن ك)١ فى الشكل رقم (٤-٨) وفى الأجل الطويل إذا أمكن زيادة المستخدم من المدخل الثابت (الآلات)، فإن ذلك يعنى تخفيض كمية المستخدم من المدخل المتغير (العمل) لإنتاج مستوى معين من المُنتَج. ويترتب على ذلك انتقال منحنى الناتج الكلى إلى اليسار كما يمثله المنحنى (ن ك)٢ فى الشكل رقم (٤-٨).

شكل رقم (٤-٨)

الإحلال بين المدخلات وانتقال منحنى الناتج الكلى



وهذا يعنى أن زيادة الكميات المستخدمة من مدخل الإنتاج الثابت (الآلات) سيؤدى إلى زيادة إنتاجية مدخل الإنتاج المتغير (العمل) ، وبالتالى فإذا كانت المنشأة تستطيع إنتاج الكمية (و ك) باستخدام الكمية (و ع١) من العمل قبل التوسع فى تشغيل المدخل الثابت. فإن المنشأة يمكنها إنتاج نفس الكمية (و ك) بتشغيل كمية أقل من العمل عند (و ع٢) بعد التوسع فى تشغيل المدخل الثابت.

وعلى الجانب الآخر فإن نقص المستخدم من المدخل الثابت (الآلات) سيؤدى

إلى زيادة كمية المستخدم من المدخل المتغير (العمل) لإنتاج مستوى معين من المُنتَّج. ويترتب على ذلك انتقال منحنى الناتج الكلى جهة اليمين كما يمثله المنحنى (ن ك)$_{٢}$ فى الشكل رقم (٤-٨).

وهذا يعنى أن نقص الكميات المستخدمة من مدخل الإنتاج الثابت (الآلات) سيؤدى إلى نقص إنتاجية مدخل الإنتاج المتغير (العمل) ، وبالتالى فإذا كانت المنشأة تستطيع إنتاج الكمية (و ك) باستخدام الكمية (و ع$_{١}$) من العمل قبل تقليص تشغيل المدخل الثابت، فإن المنشأة يمكنها إنتاج نفس الكمية (و ك) ، ولكن بتشغيل كمية أكبر من العمل عند (و ع$_{٢}$) بعد تقليص تشغيل المدخل الثابت.

الفصل التاسع
تحليل مستوى التشغيل الأمثل للمدخلات في المنشأة

تمثل منحنيات سواء الإنتاج أحد الأساليب التي يمكن استخدامها للتعرف علي سلوك المنتج عندما يتخذ قرارات إنتاج للسلع والخدمات ، ومن ثم يتخذ قرارات تشغيل مدخلات الإنتاج ، ويحكم سلوك المنتج هنا ثلاث متغيرات أساسية ، هي:

- حالة التكنولوجيا السائدة ، أو الفن الإنتاجي المستخدم في المنشأة.
- التكاليف النقدية المخططة .
- أسعار مدخلات الإنتاج .

وتعد منحنيات سواء الإنتاج تعبير بياني عن حالة التكنولوجيا السائدة في المنشأة أو الفن إنتاجي المستخدم ، أي أن منحنيات سواء الإنتاج تمثل دالة الإنتاج التي تتم بها العملية الإنتاجية داخل المنشأة . وسيتم التعبير عن ترجمة متغيري التكاليف النقدية المخططة وأسعار مدخلات الإنتاج في أداة بيانية يطلق عليها خط التكاليف المتساوية ، لذا يمكن القول بأن تحليل منحنيات سواء الإنتاج إن هو إلا تحليل بياني لسلوك المنتج.

١ : منحني سواء الإنتاج :

يمثل منحني سواء الإنتاج Isoquant Curve[1] التوليفات المختلفة من مدخلي إنتاج ، وليكن العمل (م١) ورأس المال (م٢) التي تحقق مستوي متماثل من الإنتاج بكفاءة ، وذلك علي افتراض توافر إمكانية الإحلال بين مدخلي الإنتاج (م١ ، م٢) باستمرار. ومن ثم فإن جميع المجموعات من مدخلي الإنتاج (ع) و (ر) التي تقع علي منحني سواء إنتاج واحد تكون متساوية التفضيل بالنسبة للمنتج، أي أنه لايفضل مجموعة علي مجموعة أخري، ويمكن التعبير عن ذلك بحالة منشأة ترغب

(١) هناك ترجمات عربية أخري لهذا المصطلح مثل «منحني الناتج المتكافئ» و«منحني الإنتاج المتماثل» و «منحني الإنتاج المتساوي».

في شـراء مـدخلي الإنتاج (ع) و (ر) ، وأمـكنها تحـديد المجـمـوعات المخـتلفـة من المدخلين التي تحقق نفس مستوي الإنتـاج - والتي تمثل دالة إنتاج معينة - علي النحو المبين بالجدول رقم (١-٩).

جدول رقم (١-٩)

المجموعات متساوية الإنتاج والتفضيل بالنسبة للمنتج

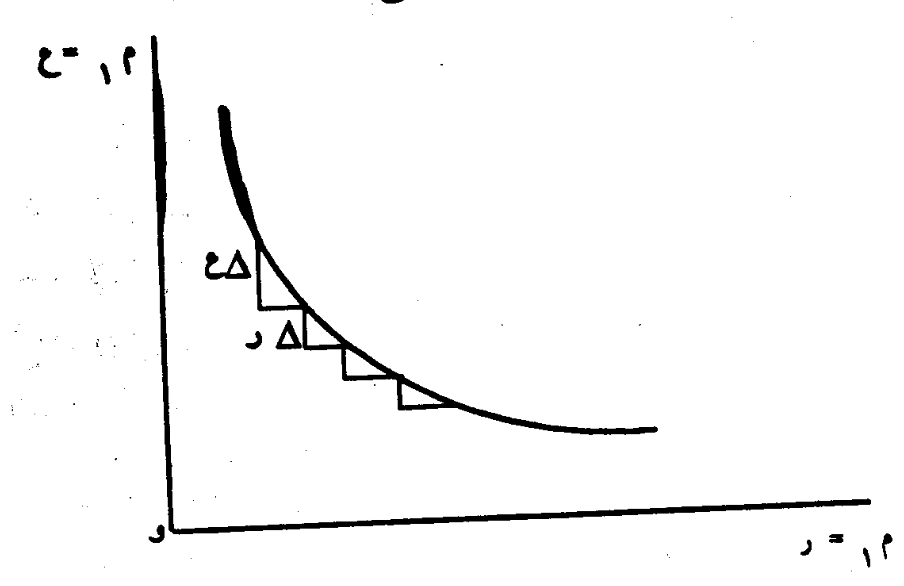
المجموعة (التوليفة)	أ	ب	جـ	د	هـ	و
مدخل الإنتاج (ع)	٢٤	١٦	١٠	٦	٤	٣
مدخل الإنتاج (ر)	١	٢	٣	٤	٥	٦
المعدل الحدي للإحلال الفني		٨-	٦-	٤-	٢-	١-

ويتضح من تحليل الجدول رقـم (١-٩) أن المنشأة عندما تقرر شراء التـوليفة (أ) من مدخلى الإنتاج والتي تشمل ٢٤ وحـدة من العمل ووحدة واحدة من رأس المال، فإنهـا ستحقق مـستوي إنتاج وليكن ١٠٠ وحـدة . وكذلك عند شراء التولـيفة (ب) والتي يشتمل علي ١٦ وحدة من العمل و٢ وحـدة من رأس المال فإنها ستحقق نفس مسـتوي الإنتـاج ، أي أن المنشأة قامت بإحـلال وحدة من مـدخل رأس المال محل ٨ وحدات من مدخل العمل، ... وهكذا إلى أن تصل إلي التوليفة (و).

وإذا قمنا بتمـثيل بيـانات الجدول رقم (١-٩) بيـانياً فـسنحصل علي الـصورة البيـانية لمنـحني سواء الإنتـاج والتي يمثلها الشكل البـياني رقم (١-٩) ، حـيث يمثل المحور الرأسي الكميات التي ترغب المنشـأة في شرائها من مدخل العمل ($م_{١}$) ويمثل المحور الأفـقي الكميات التي ترغب المـنشأة في شرائهـا من مدخل رأس المال ($م_{٢}$) ، ويكون منحني سـواء الإنتاج منحدراً مـن أعلي لأسفل بسبب خـاصيـة الإحلال بين مدخلي الإنتاج ، ويكون مـحدب تجاه نقطة الأصل بسبب تناقص القيـمة المطلقة لميل المنحني والذي يمثله المعدل الحدي للإحلال الفني .

شكل رقم (١-٩)

منحني سواء الإنتاج



١-١: المعدل الحدي للإحلال الفني:

يمثل المعـدل الحدي للإحـلال الفني عدد الوحـدات التي تتنازل المنشأة عنهـا من مدخل إنتاج مـعين وليكن (ع) مقابل زيادة مشتريات مـدخل آخر وليكن (ر) بوحدة واحدة فقط. ومن ثم فإن المعدل الحدي للإحلال الفني يحسب كالآتي:

$$\text{المعدل الحدى للإحلال الفني} = \frac{\Delta ع}{\Delta ر}$$

ويجب أن تكون إنتاجية الكمية التي تتنازل عنها المنشأة من مدخل الإنتاج الأول (ع) مساوية لإنتاجية الكمية الإضافيـة التي ستشتريها المنشأة من مدخل الإنتاج الثاني (ر) ،حتي يظل مستوى الإنتاج المتحقق ثابتا من جميع توليفات مدخلي الإنتاج. وهو ما يطلق عليـه شرط تساوي الإنتاجيـة لجميع التوليفـات من المدخلات التي تقع علي نفس منحني سواء الإنتاج ، أي أن :

$$\Delta ع \times ن ح ع = \Delta ر \times ن ح ر$$

وبقسمة الجانب الأيمن من المعادلة علي الجانب الأيسر، تكون النتيجة :

$$\frac{\Delta ع}{\Delta ر} = \frac{ن ح ر}{ن ح ع}$$

وهذا يعني أن المعدل الحدي للإحلال الفني يمكن حسابه بطريقتين، إما عن طريق نسبة تغيرات مدخل الإنتاج (ع) مقسوماً علي تغيرات مدخل الإنتاج (ر) ، أو نسبة الإنتاجية الحدية لمدخل الإنتاج (ر) مقسوماً علي الإنتاجية الحدية لمدخل الإنتاج (ع) ، ويمثل المعدل الحدي للإحلال الفني معدل التغير بين نقطتين علي منحني السواء، أي أنه يمثل ميل منحني السواء.

ويتميز معدل الإحلال الفني بأنه متناقص باستمرار، أي أن المنتج في البداية يرغب في إحلال وحدة من مدخل رأس المال محل ٨ وحدات من مدخل العمل، ولكن إذا رغب في إحلال وحدة إضافية من رأس المال فسيكون ذلك مقابل كمية أقل من العمل وليكن ٦ وحدات.... وهكذا. ويرجع تفسير ذلك إلي سريان قانون تناقص الغلة علي مدخلي الإنتاج (ع) و (ر) حيث سيترتب علي تناقص الكميات المستخدمة من مدخل العمل (ع) تزايد إنتاجيتها الحدية ، في حين سيترتب علي تزايد الكميات المستخدمة من مدخل رأس المال (ر) تناقص إنتاجيتها الحدية . ومن ثم فإن المنتج يتنازل عن مدخل إنتاج ذي إنتاجية حدية متزايدة مقابل الحصول علي مدخل إنتاج ذي إنتاجية حدية متناقصة ، مما يجعله يتمسك بالمدخل الأول ويشعر بتزايد أهميته النسبية وينخفض المعدل الحدي للإحلال الفنى.

١-٢ : خصائص منحنيات سواء الإنتاج :

تتميز منحنيات سواء الإنتاج بثلاث خصائص أساسية ، هي:

١) **تنحدر منحنيات سواء الإنتاج من أعلي إلي أسفل جهة اليمين :** وهذا يعني أن منحني سواء الإنتاج سالب الميل، ويرجع ذلك إلي أن زيادة الكمية التي يستخدمها المنتج من أحد مدخلي الإنتاج (ر) سيؤدي إلي تناقص الكمية

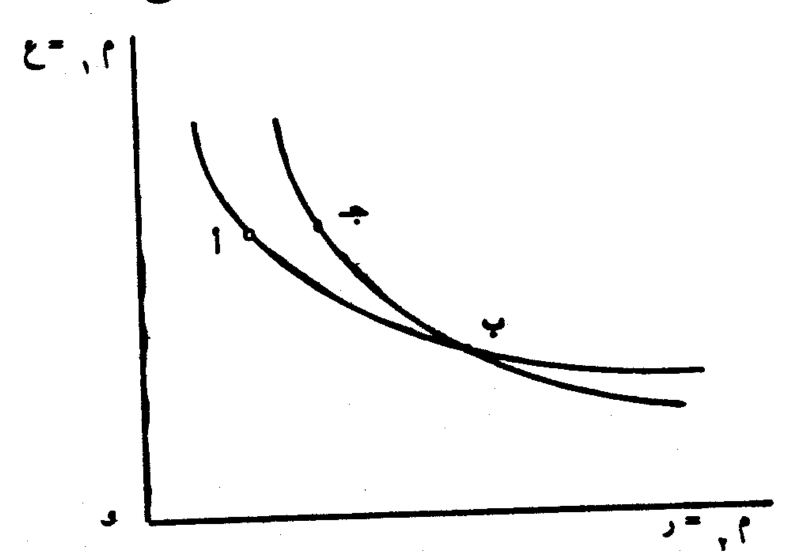
المستخدمة من مدخل الإنتاج الآخر (ع)، حتي يحافظ علي ثبات مستوي الإنتاج علي نفس منحني سواء الإنتاج .

٢) **تحدب منحني سواء الإنتاج تجاه نقطة الأصل:** وذلك بسبب تناقص القيمة المطلقة للمعدل الحدي للإحلال الفني والذي يمثل ميل منحني سواء الإنتاج ، وقد سبق إثبات ذلك .

٣) **عدم تقاطع منحنيات سواء الإنتاج :** حيث يترتب علي تقاطع منحنيات سواء الإنتاج أن تفقد خريطة سواء الإنتاج أهم خصائصها الكنتورية ، وهي تدرج مستوي الإنتاج بالانتقال لأعلي أو لأسفل، ويمكن إثبات ذلك من خلال الشكل رقم (٢-٩).

شكل رقم (٢-٩)

إثبات خطأ تقاطع منحنيات سواء الإنتاج



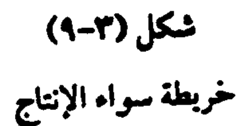
يتضح من قراءة الشكل رقم (٢-٩) أن الكميات المقابلة للمجموعة (أ) من مدخل الإنتاج (ع) و (ر) تعطي نفس مستوي إنتاج الكميات المقابلة للمجموعة (ب) من مدخل الإنتاج لأن المجموعتين (أ) و (ب) علي نفس منحني سواء الإنتاج . وكذلك فإن الكميات المقابلة للمجموعة (جـ) من مدخلي الإنتاج تعطي نفس

مستوي إنتاج الكميات المقابلة للمجموعة (ب) من مدخلي الإنتاج . ومن ثم يمكن استنتاج أن مستوي إنتاج المجموعة (أ) يعادل، ومن ثم فإن المجموعة (جـ) تعطي مستوي إنتاج أكبر من مستوي إنتاج المجموعة (أ). وبالتالي فإن تقاطع منحنيات سواء الإنتاج يعطي نتائج خاطئة ، ولذلك فإن عدم تقاطع منحنيات سواء الإنتاج يمثل خاصية أساسية لها، وإن كان ذلك لا يعني أن تكون منحنيات سواء الإنتاج متوازية ، إذ يمكن أن تتقارب ولايمكن أن تتقاطع.

٢: خريطة سواء الإنتاج:

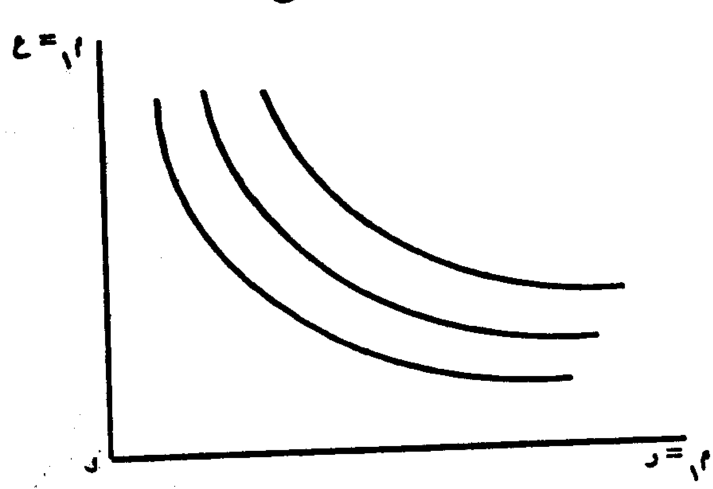
تمثل خريطة سواء الإنتاج مجموعة منحنيات سواء الإنتاج المختلفة التي تعبر عن دالة الإنتاج في المنشأة ، وتمثل تلك المنحنيات مستويات الإنتاج المختلفة التي يمكن أن يحصل عليها المنتج من تشغيل مدخلي الإنتاج ، وبالتالي فإنه يمكن تمثيل دالة الإنتاج ذات مدخلين متغيرين بمجموعة من منحنيات سواء الإنتاج تمثل في مجموعها خريطة سواء الإنتاج ، فإذا علمنا دالة الإنتاج يمكن اشتقاق أي منحني من منحنيات سواء الإنتاج بتثبيت مستوي الإنتاج والبحث عن التوليفات المختلفة من مدخلي الإنتاج التي تحقق هذا المستوي الإنتاج . فكلما انتقل منحني سواء الإنتاج إلي أعلي فإن ذلك يعبر عن زيادة مستوي الإنتاج المتحقق للمنشأة من تشغيل مدخلي الإنتاج ، وكلما انتقل منحني سواء الإنتاج إلي أسفل فإن ذلك يعبر عن انخفاض مستوي الإنتاج المتحقق للمنشأة من تشغيل مدخلي الإنتاج .

وينتقل منحني سواء الإنتاج إلي أعلي إذا زادت الكميات المستخدمة من مدخلي الإنتاج معاً، أو عند زيادة الكميات المستخدمة من أحد مدخلي الإنتاج مع ثبات الكميات المستخدمة من المدخل الآخر. وينتقل منحني سواء الإنتاج إلي أسفل إذا انخفضت الكميات المستخدمة من مدخلي الإنتاج معاً، أو عند انخفاض الكميات المستخدمة من أحد مدخلي الإنتاج مع ثبات الكميات المستخدمة من المدخل الآخر. ويكون الشكل العام لخريطة سواء الإنتاج علي النحو الموضح بالشكل رقم (٣-٩) حيث ينطبق هذا الشكل علي خصائص منحنيات سواء الإنتاج المشار إليها سابقاً.



شكل (٣-٩)

خريطة سواء الإنتاج

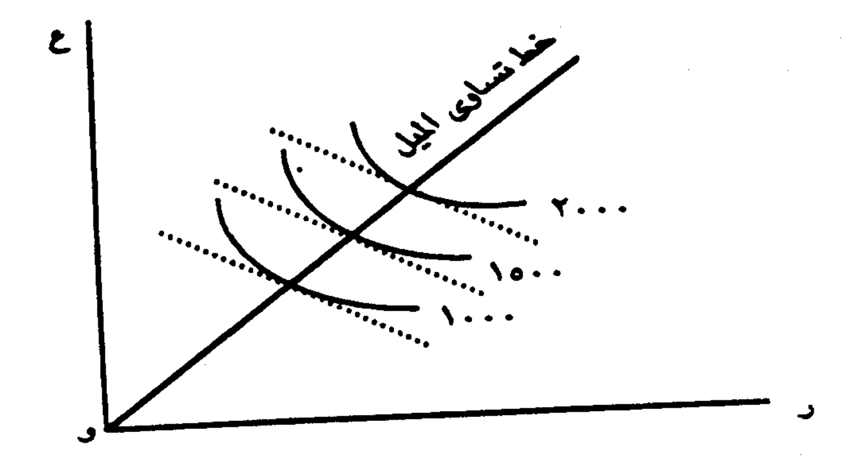


٢-١ : خط تساوي الميل :

يمثل خط تساوي الميل Isocline المحل الهندسي للنقاط متماثلة الميل على جميع منحنيات سواء الإنتاج المكونة لخريطة سواء الإنتاج ، ويكون المعدل الحدي للإحلال الفني ثابت علي طول هذا الخط، وبالتالي فإن هذا الخط يعبر عن نسبة ثابتة لمزج مدخلات الإنتاج في العملية الإنتاجية في المنشأة ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٤-٩).

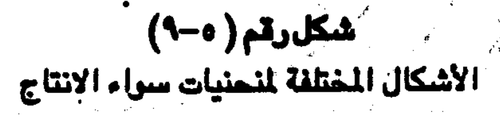
شكل رقم (٤-٩)

خط تساوي الميل

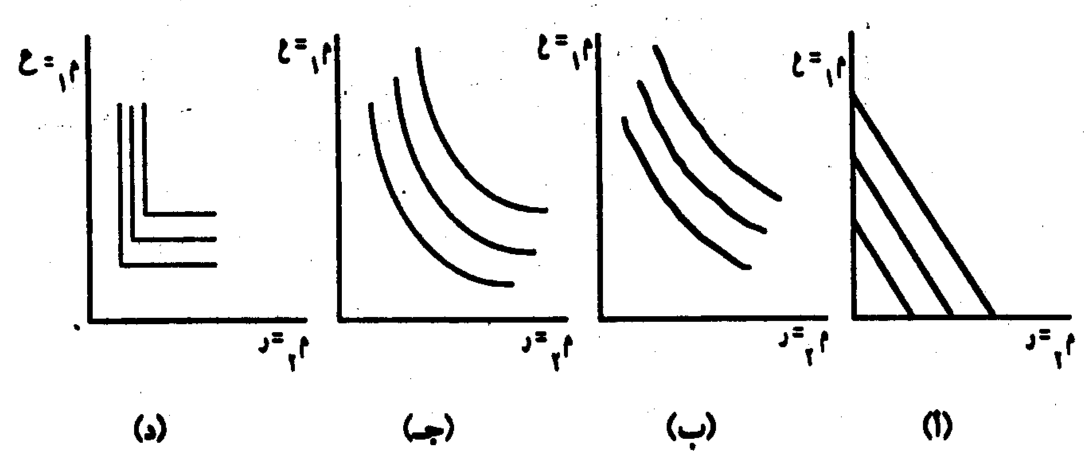


٣: الأشكال المختلفة لمنحنيات سواء الإنتاج :

يختلف شكل منحني سواء الإنتاج بحسب طبيعة العلاقة بين مدخلي الإنتاج اللذان تتم بهما العملية الإنتاجية في المنشأة ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٥-٩).



شكل رقم (٥-٩)
الأشكال المختلفة لمنحنيات سواء الإنتاج



(١) حالة مدخلين بديلين تامين التبادل:

عندما يكون مدخلي الإنتاج اللذان تتم بهما العملية الإنتاجية في المنشأة بديلين تامين التبادل مثل إحلال وقود البترول محل الغاز الطبيعي عند إنتاج الكهرباء يكون منحني سواء الإنتاج خط مستقيم ، ومن ثم يكون المعدل الحدي للإحلال الفني سالب الميل ، ولكن قيمته المطلقة تكون ثابتة . ويكون شكل خريطة سواء الإنتاج في هذه الحالة كما هو موضح بالشكل رقم (٥-٩/أ).

(٢) حالة مدخلين كلٍ منهما بديل جيد للآخر:

عندما يكون مدخلي الإنتاج اللذان تتم بهما العملية الإنتاجية في المنشأة بديلين جيدين ولكنهما غير تامين التبادل، مثل إحلال الغاز الطبيعي بالطاقة الذرية عند إنتاج الكهرباء يكون منحني سواء الإنتاج في شكل منحني هادئ الميل ، ومن ثم يكون المعدل الحدي للإحلال الفني سالب الميل ، ولكن قيمته المطلقة تكون متناقصة

بمعدلات ضئيلة . ويكون شكل خريطة سواء الإنتاج في هذه الحالة كما هو موضح بالشكل رقم (٥-٩/ ب)

(٣) حالة مدخلين كلٍ منهما بديل ضعيف للآخر:

عندما يكون مدخلي الإنتاج اللذان تتم بهما العملية الإنتاجية في المنشأة بديلين ضعيفين مثل إحلال وقود الفحم بالطاقة الذرية عند إنتاج الكهرباء يكون منحني سواء الإنتاج في شكل منحني حاد الميل ، ومن ثم يكون المعدل الحدي للإحلال الفني سالب الميل ، ولكن قيمته المطلقة تكون متناقصة بمعدلات كبيرة . ويكون شكل خريطة سواء الإنتاج في هذه الحالة كما هو موضح بالشكل رقم (٥-٩/ جـ)

(٤) حالة مدخلين متكاملين:

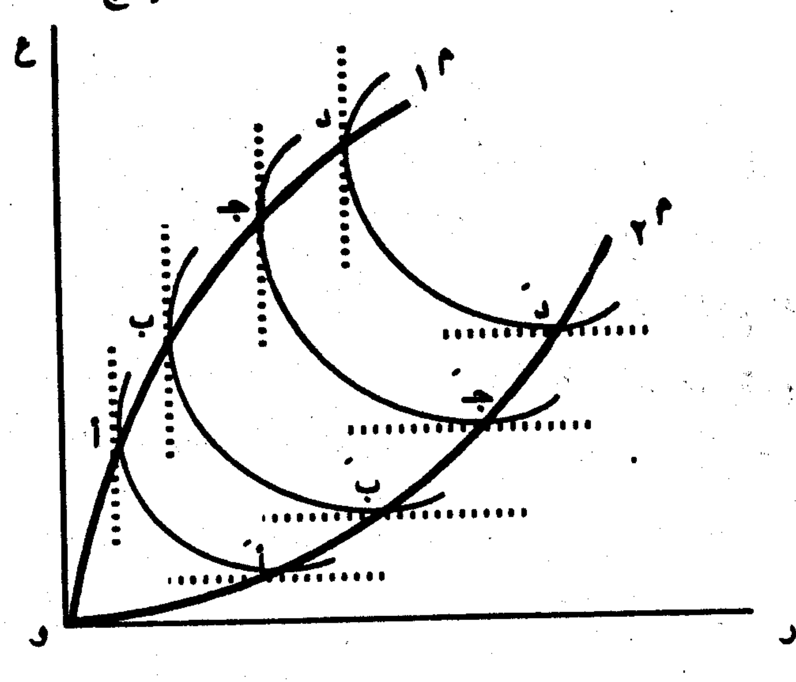
عندما يكون مدخلي الإنتاج اللذان تتم بهما العملية الإنتاجية في المنشأة متكاملين ، مثل إطارات الدراجات وعجلاتها في إنتاج سلعة الدراجات، يكون منحني سواء الإنتاج في شكل زاوية قائمة ، بمعني أن زيادة الكمية المستخدمة من أحد المدخلين يتطلب زيادة الكمية المستخدمة من المدخل الآخر، والعكس، ولايمكن إحلال أحدهما محل الآخر، أي يكون المعدل للإحلال الفني مساوياً للصفر ، ويكون شكل خريطة سواء الإنتاج في هذه الحالة كما هو موضح بالشكل رقم (٥-٩/ د).

٤ : منحنيات حافة الإنتاجية والمنطقة الاقتصادية للإنتاج :

حتي الآن تم رسم منحنيات سواء الإنتاج علي أنها تحتل منحنيات محدبة تجاه نقطة الأصل وتنحدر من أعلي إلي أسفل جهة اليمين، ولكن في الواقع أن هذه المنحنيات تلتف حول نفسها بعد حد معين ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٦-٩) . فيلاحظ أن منحنيات سواء الإنتاج تلتف حول نفسها كلما اتجهت إلي أعلي بعد النقاط أ ، ب ، جـ ، د ، وكذلك تلفت حول نفسها كلما اتجهت إلي أسفل بعد النقاط أَ ، بَ ، جـَ ، دَ .

شكل رقم (٦-٩)

منحنيات حافة الإنتاجية والمنطقة الاقتصادية للإنتاج



ويتضح عند النقـاط أ ، ب ، جـ ، د أن ميل منحني سواء الإنتاج يســاوي الصفر بالنسبة للمحـور الرأسي ، ويكون المماس لتلك النقاط عبـارة عن خطوط رأسية متوازية متقطعة ، ولذلك تكون الإنتاجية الحدية للعمل صفر عند هذه النقاط. وبعد هذه النقاط يكون ميل منحني سواء الإنتاج موجب وتكون الإنتاجيـة الحدية سالبة لمدخل العمل. وبالتـالي فـإن الخط الواصل بين النقـاط أ ، ب ، جـ ، د والذي يمثله المنحني (و م١) يمثل منحني حافة الإنتاجيـة لمدخل العمل أي يمثل حد فـاصل بين الإنتاجيـة الحدية الموجبة والإنتاجية الحدية السالبة لمدخل العمل. وكذلك فإنه عند النقاط أَ ، بَ ، جَـ ، دَ يكون ميل منحني سواء الإنتاج يساوي الصـفر بالنسبة للمحور الأفقي ويكون المماس لتلك النقاط عبارة عن خطوط أفقية متوازنية متقطعة ، ولذلك تكون الإنتـاجيـة الحدية لمدخل رأس المال صـفر عند هذه النقـاط. وبعد هذه النـقاط يكون ميل منحني سـواء الإنتاج موجب وتكون الإنتـاجية الحدية سـالبة لمدخل رأس المال، وبالتـالي فإن الخـط الواصل بين النقاط أَ ، بَ ، جَـ ، دَ والذي يمثله المنحني (و

م$_2$) يمثل منحني حافة الإنتاجية لمدخل رأس المال، أي يمثل حد فاصل بين الإنتاجية الحدية الموجبة والإنتاجية الحدية السالبة لمدخل رأس المال.

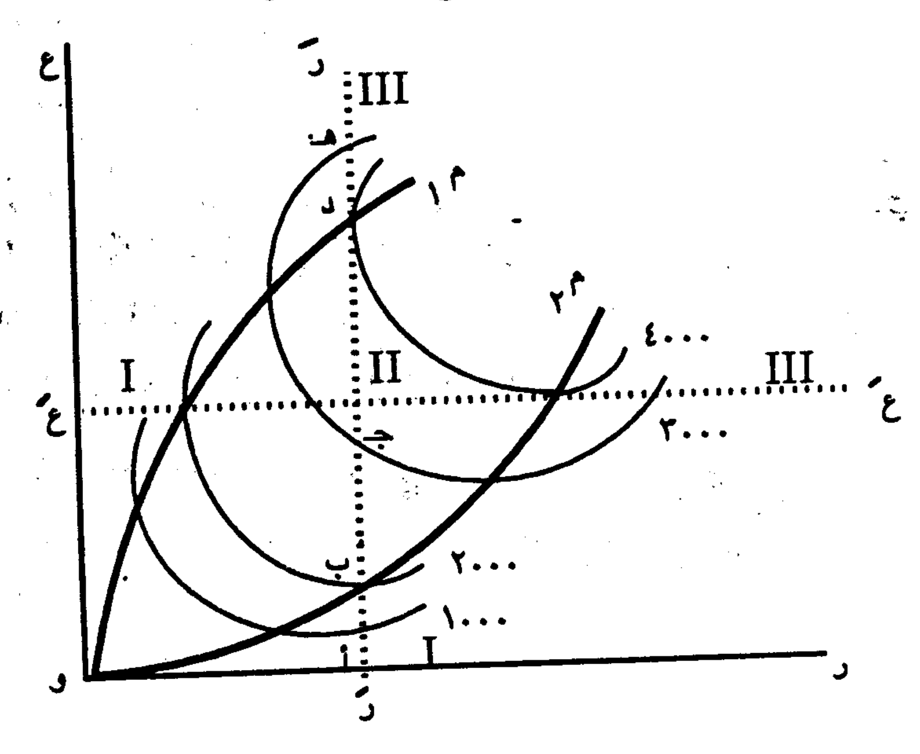
وتمثل المساحة المحصورة بين منحنيي حافة الإنتاجية (و م$_1$) و (و م$_2$) المنطقة الاقتصادية للإنتاج أو منطقة الإنتاج الرشيد.

٤-١ : منحنيات سواء الإنتاج وقانون تناقص الغلة :

كما درسنا في الفصل السابق فإن قانون تناقص الغلة يسري علي العملية الإنتاجية في المنشأة في الأجل القصير، حيث يكون أحد مدخلات الإنتاج متغير وباقي المدخلات ثابتة ، لذلك فإنه يمكن توضيح علاقة منحنيات سواء الإنتاج وقانون تناقص الغلة بتثبيت أحد مدخلي الإنتاج وليكن رأس المال (عند الكمية (و رَ) وترك مدخل العمل متغيراً ، ويعبر عن ذلك الخط (رَ رَ) في الشكل رقم (٧-٩) .

شكل رقم (٧-٩)

منحنيات سواء الإنتاج وقانون تناقص الغلة



وبتتبع المسافات الفاصلة بين منحنيات سواء الإنتاج علي طول الخط (رَ رَ) نجد أن هذه المسافات تتناقص في المساحة المحصورة أسفل منحني حافة الإنتاجية (و م٢)، فعندما ترغب المنشأة في إنتاج ١٠٠٠ وحدة من الناتج فسيكون ذلك بتشغيل الكمية (رَ أ) من مدخل العمل، وعندما ترغب المنشأة في زيادة الإنتاج بمقدار ١٠٠٠ وحدة سيكون ذلك بتشغيل كمية أقل من مدخل العمل أ ب ، وهذا يعني تزايد الإنتاجية الحدية لمدخل العمل في هذه المرحلة ، ومن ثم فإن المساحة الواقعة أسفل منحني حافة الإنتاجية (و م٢) ستمثل المرحلة الأولي لمدخل العمل وهي مرحلة تزايد الغلة .

أما في المساحة المحصورة بين منحني حافة الإنتاجية (و م٢) و (و م١) تتزايد لمسافات الفاصلة بين منحنيات سواء الإنتاج ، فعندما ترغب المنشأة في زيادة الإنتاج بكميات متساوية كل مرة (١٠٠٠ وحدة) سيتطلب ذلك تشغيل كميات متزايدة من العمل (ب جـ < ب د < د هـ) وهذا يعني تناقص الإنتاجية الحدية لمدخل العمل في هذه المرحلة ، ومن ثم فإن المساحة المحصورة بين منحني حافة الإنتاجية ستمثل مرحلة الإنتاج الثانية لمدخل العمل وهي مرحلة تناقص الغلة .

أما في المساحة الواقعة أعلي منحني حافة الإنتاجية (و م١) ، فإن أي زيادة في تشغيل مدخل العمل ستؤدي إلي نقص حجم الإنتاج من ٤٠٠٠ وحدة إلي ٣٠٠٠ وحدة ... وهكذا . وهذا يعني أن الإنتاجية الحدية لمدخل العمل ستكون سالبة ، ومن ثم فإن المساحة أسفل منحني حافة الإنتاجية (و م١) ستمثل مرحلة الإنتاج الثالثة بالنسبة لمدخل العمل وهي مرحلة الغلة السالبة .

وبالمثل يمكن تتبع مراحل الإنتاج بالنسبة لمدخل رأس المال في الأجل القصير، وذلك بتثبيت الكمية المستخدمة من مدخل العمل عند الكمية (و ع) وترك مدخل رأس المال متغيراً، ويعبر عن ذلك الخط (عَ عَ) ، وبتتبع المسافات الفاصلة بين منحنيات سواء الإنتاج والتي تعبر عن تغيرات الإنتاج وتغيرات الكمية المستخدمة من المدخل المتغير (رأس المال) ، لنجد أن مراحل الإنتاج بالنسبة لمدخل رأس المال تسير

عكس اتجاه مراحل الإنتاج بالنسبة لمدخل العمل، فتمثل المساحة أعلي منحني حافة الإنتاجية (و م$_1$) مرحلة تزايد الغلة لمدخل رأس المال، وتمثل المساحة المحصورة بين منحني حافة الإنتاجية (و م$_1$) و (و م$_2$) مرحلة تناقص الغلة لمدخل رأس المال، وتمثل المساحة أسفل منحني حافة لإنتاجية (و م$_2$) مرحلة الغلة السالبة لمدخل رأس المال. ويعبر ذلك عن اتساق وتماثل مراحل الإنتاج بالنسبة للمدخلين (ع) و (ر) ، وقد سبق التعبير عن ذلك بأدوات آخري وهي منحنيات الإنتاجية في الفصل السابق.

ويتضح أن المساحة المحصورة بين منحنى حافة الإنتاجية تمثل مرحلة تناقص الغلة لمدخل العمل وأيضاًمرحلة تناقص الغلة لمدخل رأس المال، وهي تمثل منطقة الإنتاج الرشيد أو المنطقة الاقتصادية للإنتاج . بينما المساحتين المحصورتين بين المحور الأفقي ومنحني حافة الإنتاجية والمنحني الرأس ومنحني حافة الإنتاجية تمثل مناطق للإنتاج غير الرشيد (أو غير الاقتصادي) حيث تكون الإنتاجية الحدية لأحد مدخلي الإنتاج سالبة ، وتمثل وجود موارد عاطلة من مدخلات الإنتاج ، ومن ثم يكون استخدام المدخلات والإنتاج غير كفء في تلك المنطقتين.

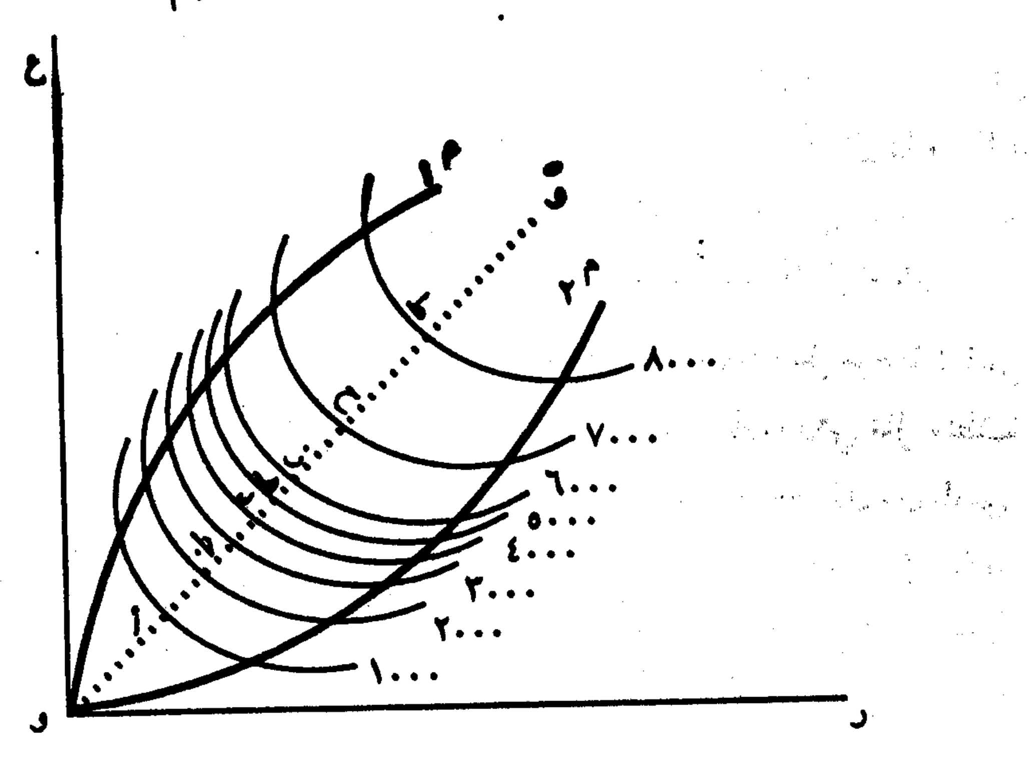
٤-٢: منحنيات حافة الإنتاجية وقوانين غلة الحجم:

كما درسنا في الفصل السابق فإن قوانين غلة الحجم تسري علي الإنتاج في المنشأة في الأجل الطويل، حيث تكون جميع مدخلات الإنتاج متغيرة ، لذلك فيمكن توضيح علاقة منحنيات سواء الإنتاج بقوانين غلة الحجم بتتبع أي شعاع (خط) يبدأ من نقطة الأصل مخترقاً منطقة الإنتاج الرشيد وليكن الخط (و وَ) ، ويمثل الخط (و وَ) المحل الهندسي للنقاط التي تُمزج فيها مدخلات الإنتاج بنسبة ثابتة ممثلة بميل هذا الخط. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٨-٩).

وبتتبع المسافات الفاصلة بين منحنيات سواء الإنتاج علي طول الخط(ووَ)، نجد أن هذه المسافات تتناقص في البداية كلما ابتعدنا عن نقطة الأصل حيث المسافة و أ > أ ب > ب جـ . وهذا يعني أن زيادة حجم الإنتاج بمقدار ثابت كل مرة (١٠٠٠ وحدة) سيتطلب زيادة المستخدم من مدخلي الإنتاج (ع) و (ر) بمقدار متناقص ، ومن

شكل رقم (٨-٩)

منحنيات حالة الإنتاجية وقوانين غلة الحجم



ثم تكون نسبة الزيادة في حجم الإنتاج أكبر من نسبة الزيادة في المستخدم من جميع مدخلات الإنتاج (حجم المشروع) . وتمر المنشأة في هذه الحالة بمرحلة تزايد غلة الحجم .

وبعد هذه المرحلة نجد أن المسافات بين منحنيات سواء الإنتاج تظل ثابتة كلما ابتعدنا عن نقطة الأصل حيث المسافة جـ د = د هـ = هـ ز. وهذا يعني أن زيادة حجم الإنتاج بمقدار ثابت كل مرة (١٠٠٠ وحدة) سيتطلب زيادة المستخدم من مدخلي الإنتاج (ع) و (ر) بمقدار ثابت كذلك ، ومن ثم تكون نسبة الزيادة في حجم الإنتاج مساوية لنسبة الزيادة في المستخدم من جميع مدخلات الإنتاج (حجم المشروع) . وتمر المنشأة في هذه الحالة بمرحلة ثبات غلة الحجم .

وفي المرحلة الأخيرة نجد أن المسافات بين منحنيات سواء الإنتاج تتزايد كلما

ابتعدنا عن نقطة الأصل حيث المسافة ز ح < ح ط . وهذا يعني أن زيادة حجم الإنتاج بمقدار ثابت كل مرة (١٠٠٠ وحدة) يتطلب زيادة المستخدم من مدخلي الإنتاج (ع) و (ر) بمقدار متزايد كل مرة ، ومن ثم تكون نسبة الزيادة في حجم الإنتاج أقل من نسبة الزيادة في المستخدم من جميع مدخلات الإنتاج (حجم المشروع) ، وتمر المنشأة في هذه الحالة بمرحلة تناقص الغلة بالنسبة للحجم.

٥: خط سواء التكاليف :

يمثل خط سواء التكاليف[1] التوليفات المختلفة من مدخلي الإنتاج التي يمكن أن تحصل عليها المنشأة بتكلفة نقدية معينة ، في ظل ثبات أسعار مدخلي الإنتاج . ويمكن التعبير عن خط سواء التكاليف بالمعادلة التالية :

$$ت = ث_{١} م_{١} + ث_{٢} م_{٢}$$

حيث أن :

ت : التكاليف الكلية النقدية المحددة (المخططة) للإنفاق علي العملية الإنتاجية داخل المنشأة.

$ث_{١}$ ، $ث_{٢}$: أسعار مدخلي الإنتاج الأول ($ث_{١} = ث_{ع}$) والثاني ($ث_{٢} = ث_{ر}$).

$م_{١}$ ، $م_{٢}$: الكميات المستخدمة (المشتراة) من مدخلي الإنتاج الأول(ع) والثاني (ر).

وطالما أن التكاليف النقدية محددة بمقدار معين وأن سعري مدخلي الإنتاج ثابتين كذلك ، فسيكون خط سواء التكاليف سالب الميل لأن محاولة زيادة الكمية المشتراه من المدخل الأول سيكون علي حساب نقص الكمية المشتراه من المدخل الثاني والعكس. فإذا كانت التكاليف المحددة للإنتاج ١٠٠٠ وسعر الوحدة من العمل

---

(1) Isocost.

- هناك ترجمات عربية أخري لهذا المصطلح منها «خط التكاليف المتساوية» و«خط التكاليف المتكافئة» و«خط التكاليف المتماثلة»

(ث ١) ١٠ جنيهاً وسعر وحدة رأس المال (ث ٢) ٢٠ جنيهاً، . يمكن رسم خط التكاليف المتساوية على النحو الموضح بالشكل رقم (٩-٢). فإذا تم تخصيص كل مقدار التكاليف المحددة لشراء مدخل العمل يمكن شراء ١٠٠ وحدة (ت ك ÷ ثع = ١٠٠٠ ÷ ١٠) من هذا المدخل . ولن تتمكن المنشأة من شراء أية كمية من وحدات مدخل رأس المال . ، ويمثل ذلك النقطة (م ١) على المحور الرأسي. في حين أن تخصيص كل مقدار التكاليف المحددة لشراء مدخل رأس المال يمكن شراء ٥٠ وحدة (ت ك ÷ ثر = ١٠٠٠ ÷ ٢٠) من هذا المدخل، ، ولن تتمكن المنشأة من شراء أية كمية من مدخل العمل، ويمثل ذلك النقطة م ٢ على المحور الأفقي. وعلى ذلك فإن القاطع الثابت على محوري العمل ورأس المال يمثل الكمية العظمى التي يمكن للمنشأة شرائها من المدخلات تحت قيد التكلفة الكلية المحددة وأسعار المدخلات .

وطالما أن العملية الإنتاجية في المنشأة تتم باستخدام مدخلي الإنتاج (ع ، ر) معاً، فستقوم المنشأة بشراء كمية محددة من رأس المال ولتكن ٥ وحدات تكلفتها ١٠٠ جنيه (٥ × ٢٠) ، وبالتالي يتبقى لها ٩٠٠ جنيه من التكاليف المحددة لشراء وحدات من العمل تمكنها من شراء ٩٠ وحدة (٩٠٠ ÷ ١٠) ، وكلما زادت مشتريات المنشأة من وحدات رأس المال مثلاً إلى ١٥ وحدة تكلفها ٣٠٠ جنيها (١٥×٢٠) ويتبقى لها ٧٠٠ جنيه من التكاليف المحددة لشراء وحدات من العمل تمكنها من شراء ٧٠ وحدة (٧٠٠ ÷ ١٠) ، وهكذا فكلما زادت مشتريات المنشأة من رأس المال فسيترتب عليه تناقص الكميات المشتراه من العمل، كما يوضحه الجدول رقم (٢-٩) .

ويمكن تمثيل بيانات الجدول رقم (٢-٩) بيانياً حيث يمثل المحور الرأسي الكميات التي يمكن للمنشأة شراؤها من مدخل العمل (م ١) ، ويمثل المحور الأفقى الكميات التي يمكن للمنشأة شراؤها من مدخل رأس المال (م ٢) في حدود التكاليف النقدية المحددة والأسعار السائدة لمدخلي العمل ورأس المال. ويمثل الخط (م١ م٢)

جدول رقم (٢-٩)

التوليفات الممكنة لتوزيع التكاليف النقدية المحددة

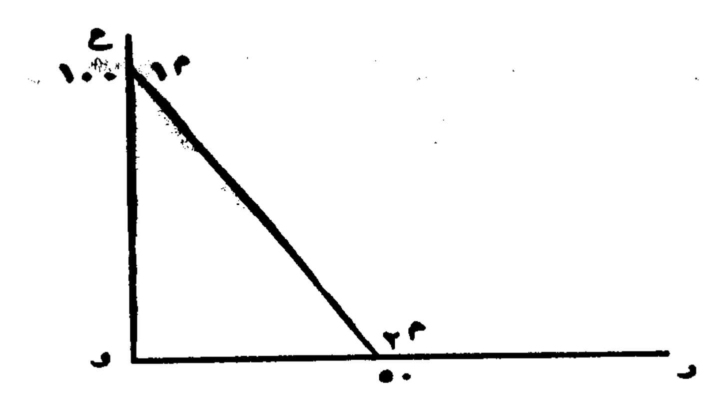
علي مدخل الإنتاج (ع ، ر) في ظل ثبات أسعارهما

التوليفة	١	٢	٣	٤	....	ن
كميات ع ($م_1$)	١٠٠	٩٠	٧٠	٦٠	....	صفر
كميات ر ($م_2$)	صفر	٥	١٥	٢٠	....	٥٠

التوليفات (المجموعات) المختلفة التي يمكن للمنشأة شراؤها من مدخلي الإنتاج (ع ، ر) في ضوء التكاليف النقدية المحددة والأسعار السائدة لمدخلي العمل ورأس المال.

شكل (٩-٩)

خط سواء التكاليف



يتضح من الشكل رقم (٩-٩) أن المسافة (و $م_1$) علي المحور الرأسي تمثل تخصيص التكاليف المحددة بالكامل لمدخل العمل، وهي تعادل أقصي كمية يمكن للمنشأة الحصول عليها من هذا المدخل في ضوء الظروف السائدة ، وتحسب بقسمة التكاليف المحددة علي سعر مدخل العمل، أي أن :

$$و م_1 = \frac{ت ك}{ث_1}$$

كما تمثل المسافة (و $م_٢$) علي المحور الأفقي تخصيص التكاليف المحددة بالكامل لمدخل رأس المال، وهي تعادل أقصي كمية يمكن للمنشأة الحصول عليها من هذا المدخل في ضوء الظروف السائدة ، وتحسب بقسمة التكاليف المحددة علي سعر مدخل رأس المال، أي أن:

$$و\,م_٢ = \frac{ت\,ك}{ث_٢}$$

ويمكن الحصول علي ميل خط سواء التكاليف ($م_١\,م_٢$) بحساب ظل الزاوية التي يصنعها هذا الخط مع المحور الأفقي، ويحسب كالآتي:

ميل خط سواء التكاليف = ظل الزاوية (و $م_١\,م_٢$) = المقابل + المجاور

$$= \frac{و\,م_١}{و\,م_٢} = \frac{ت}{ث_ع} \div \frac{ت}{ث_د}$$

$$= \frac{ت}{ث_ع} \times \frac{ث_د}{ت}$$

$$= \frac{ث_د}{ث_ع}$$

أي أن ميل خط سواء التكاليف يتمثل في النسبة بين سعري مدخلي الإنتاج ، أي النسبة بين سعر الوحدة من مدخل رأس المال منسوبة إلي سعر الوحدة من العمل[1].

(١) يلاحظ أن سعر البسط هو سعر الوحدة من المدخل الممثل علي المحور الأفقي وسعر المقام هو سعر الوحدة من المدخل الممثل علي المحور الرأسي.

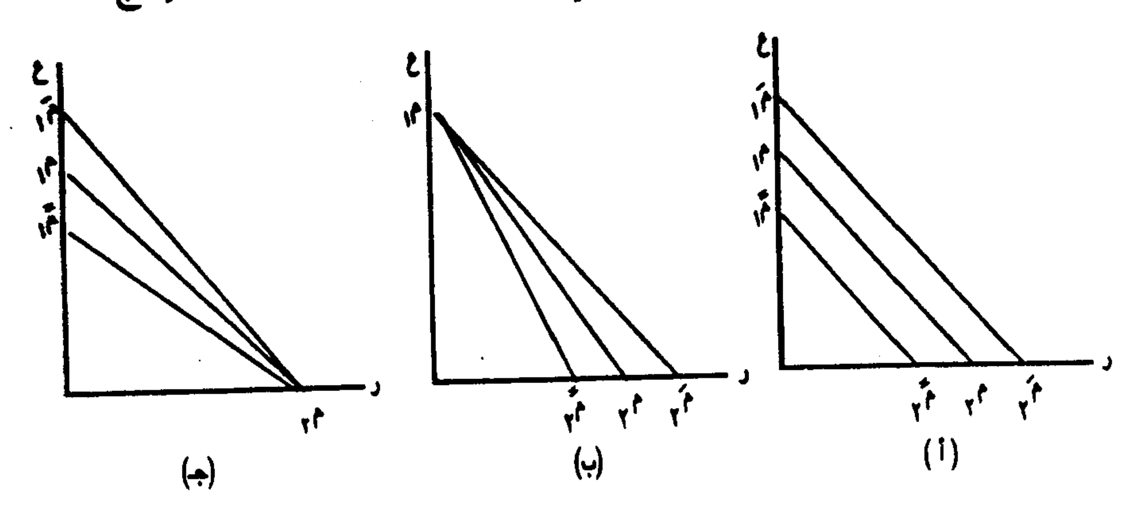
٥-١ : تغير التكاليف وانتقال خط سواء التكاليف :

حتي يمكن توضيح الأثر الذي يتركه تغير التكاليف النقدية المحددة للمنشأة علي خط سواء التكاليف سنفترض تغير التكاليف مع ثبات أسعار مدخلي الإنتاج عن مستواها السائد في السوق. وبالتالي فعندما ترتفع التكاليف النقدية المحددة فستتمكن المنشأة من شراء كميات أكبر من مدخل الإنتاج (ع) و (ر) وسينتقل خط سواء التكاليف بالكامل لأعلي ليصبح (مَ١ مَ٢) ويكون موازياً لخط سواء التكاليف الأصلي (م١ م٢) ، وعندما تنخفض التكاليف النقدية المحددة فستتمكن المنشأة من شراء كميات أقل من مدخل الإنتاج (ع) و (ر) وسينتقل خط سواء التكاليف بالكامل لأسفل ليصبح (مً١ مً٢) ويكون موازياً لخط سواء التكاليف الأصلي (م١ م٢).

ويلاحظ أن انتقالات خطوط سواء التكاليف المترتبة علي تغير التكاليف النقدية المحددة مع ثبات أسعار مدخلات الإنتاج تكون متوازية وفي نفس اتجاه تغير التكاليف، ويظل ميل جميع هذه الخطوط ثابتاً برغم تغير التكاليف، لأن الميل هو الأسعار النسبية لمدخلي الإنتاج (ع) و (ر) وأن هذه الأسعار لم تتغير، ويتضح ذلك من الشكل رقم (١٠-٩/أ) .

شكل (١٠-٩)

انتقالات خطوط سواء الإنتاج المترتبة علي تغير التكاليف وأسعار مدخلات الإنتاج



٢-٥ : تغير أسعار مدخلات الإنتاج وانتقال خط سواء التكاليف:

حتي يمكن توضيح الأثر الذي يتركه تغير سعر مدخل الإنتاج علي خط سواء التكاليف سنفترض تغير سعر أحد مدخلي الإنتاج مع ثبات سعر المدخل الآخر، وكذلك سنفترض ثبات التكاليف النقدية المحددة .

فإذا انخفض سعر الوحدة من مدخل رأس المال ستتمكن المنشأة من شراء كميات أكبر من هذا المدخل مع الاحتفاظ بقدرتها علي شراء نفس الكميات مدخل العمل، وسيتتقل خط سواء التكاليف بالكامل لأعلي ولكن في اتجاه مدخل رأس المال ويصبح خط سواء التكاليف (م١ م٢َ) ، ومن ثم ينخفض ميل خط سواء التكاليف مع انخفاض سعر الوحدة من مدخل رأس المال. وإذا ارتفع سعر الوحدة من مدخل رأس المال ستتمكن المنشأة من شراء كميات أقل من هذا المدخل مع الاحتفاظ بقدرتها علي شراء نفس الكميات من مدخل العمل، وسينتقل خط سواء التكاليف بالكامل لأسفل في اتجاه مدخل رأس المال ويصبح خط سواء التكاليف (م١ م٢ً) ، ومن ثم يرتفع ميل خط سواء التكاليف مع ارتفاع سعر الوحدة من مدخل العمل[1]. وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٠-٩/ ب).

وبنفس الطريقة يمكن تتبع أثر تغير سعر الوحدة من مدخل العمل علي انتقالات خط سواء التكاليف، حيث سيتقل خط سواء التكاليف في هذه الحالة بالكامل ولكن من ناحية المحور الرأسي مع ثبات تقاطعه مع المحور الأفقي، في عكس اتجاه تغير سعر الوحدة من مدخل العمل . ويتغير ميل خط سواء التكاليف ولكن في عكس اتجاه تغير سعر الوحدة من مدخل العمل، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٠-٩/ جـ).

---

(١) في حالة تغير أسعار المدخلات مع ثبات مقدار التكاليف النقدية المحددة للإنفاق وعلي المدخلات، فإنه بالنسبة لجميع المدخلات يتنقل خط سواء التكاليف في عكس اتجاه تغير السعر، و يتغير ميل خط سواء التكاليف في نفس اتجاه تغير أسعار المدخلات ، علماً بأن ميل خط سواء التكاليف يقاس بالنسبة للمحور الذي يمثل كميات مدخل الإنتاج ، فعند تغير سعر الوحدة من مدخل رأس المال يقاس ميل خط سواء التكاليف بالنسبة للمحور الأفقي، وعند تغير سعر الوحدة من مدخل العمل يقاس ميل خط سواء التكاليف بالنسبة للمحور الرأسي.

٦: تحديد النسب المثلي لتشغيل المدخلات:

يمكن للمنشأة اتخاذ القرار الرشيد بالنسبة للإنتاج ومن ثم تشغيل المدخلات ، والقرار الرشيد للمنشأة يتحقق باختيارها توليفة مدخلات الإنتاج (ع) و (ر) التي تحقق للمنشأة أقصي إنتاج ممكن عند مستوي محدد من التكاليف، أو تحقق للمنشأة أدني تكلفة ممكنة لمستوي محدد من الإنتاج ، حيث تسعي المنشأة إلي تحقيق أي حجم من الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة . وهي في ذلك تعدل من إنفاقها علي مدخلات الإنتاج لتصل إلي التعادل بين كمية الناتج التي تحصل عليها من آخر جنيه ينفق علي كل مدخل من مدخلات الإنتاج . ويمكن الوصول إلي التوليفة المثلي من مدخلي الإنتاج بالسير في اتجاهين للتحليل، هما:

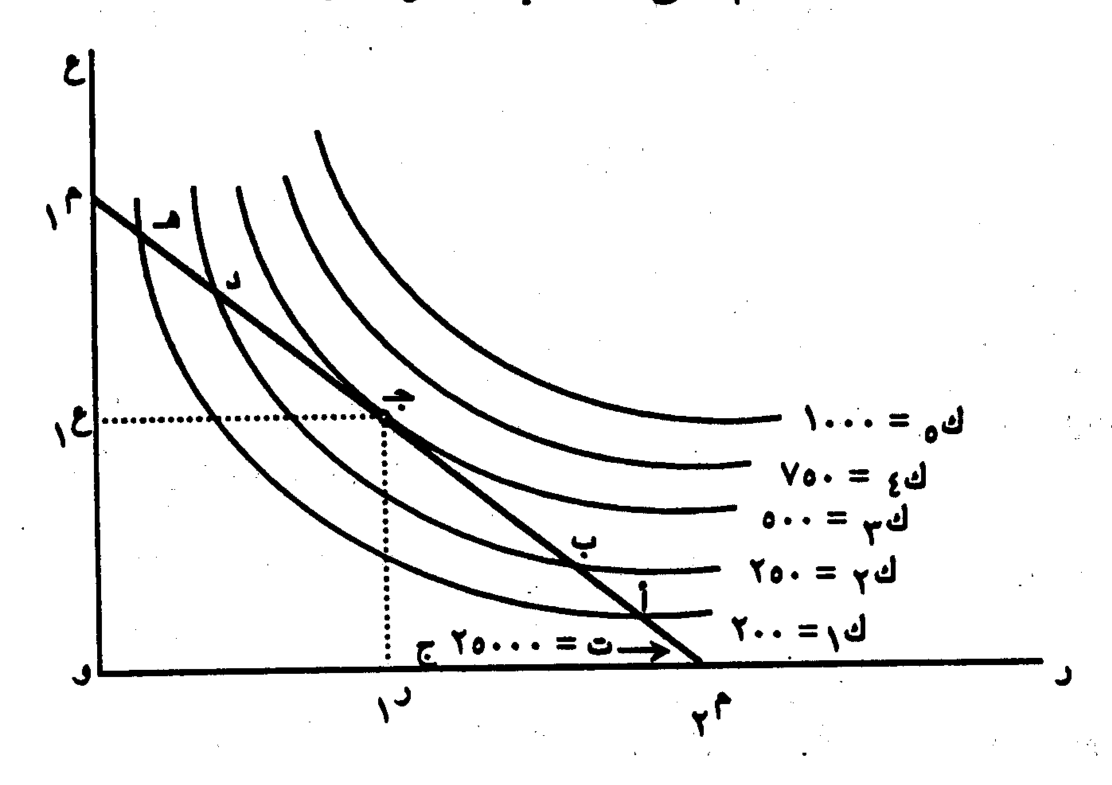
- تحديد توليفة مدخلات الإنتاج التي تعظم الإنتاج عند مستوي محدد من التكاليف.
- تحديد أدني تكلفة لتوليفة مدخلات الإنتاج التي تمكن المنشأة من تحقيق مستوي محدد من الإنتاج .

٦-١: تعظيم الإنتاج عند مستوي محدد من التكاليف:

يكون هدف المنشأة في هذه الحالة تحقيق أقصي كمية من الإنتاج ، أي الوصول إلي أعلي منحني سواء إنتاج ممكن في إطار دالة الإنتاج التي تحكم العملية الإنتاجية في المنشأة . ويكون القيد المفروض علي سلوك المنشأة هو مقدار محدد من التكاليف النقدية المتاحة للإنفاق علي مدخلات الإنتاج لاتستطيع المنشأة تجاوزه، أي في إطار خط سواء تكاليف محدد. وبجمع خريطة سواء الإنتاج وخط سواء التكاليف في شكل بياني واحد، فإن المنشأة تحقق أقصي مستوي من الإنتاج عندما يمس خط سواء التكاليف أعلي منحني سواء إنتاج ممكن، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل رقم (١١-٩).

شكل (١١-٩)

تعظيم الإنتاج عن مستوي محدد من التكاليف



ويتضح من الشكل رقم (١١-٩) أن منحني سواء الإنتاج يمس خط سواء التكاليف عند النقطة (جـ) وعند هذه النقطة يتحقق توازن المنتج (المنشأة)، وتكون الكميات المقابلة لتلك النقطة من مدخلي العمل ورأس المال هي الكميات المثلي التي تستخدمها المنشأة من تلك المدخلات.

وبالتالي فإنه إذا كانت التكاليف النقدية المحددة للإنفاق علي المدخلات تعادل ٢٥٠٠٠ جنيه والتي يمثلها خط سواء التكاليف (م١ م٢) ، فيمكن للمنشأة الوصول إلي أقصي إنتاج ممكن يعادل ٥٠٠ وحدة والذي يمثله منحني سواء الإنتاج رقم (٣)، وتكون الكميات المثلي المستخدمة من مدخلات الإنتاج هي الكمية (و ع١) من مدخل العمل والكمية (و ر١) من مدخل رأس المال.

ويلاحظ أن المجموعات الممثلة بالنقاط أ ، ب ، جـ ، د ، هـ تقع جميعاً على خط

سـواء التكاليف ، أى أنه سيكون فى مـقدور المـنتج شراء الكمـيات المقـابلة لأى من تلك النقاط من مدخلى الإنتـاج (ع) و(ر) . ولكن يلاحظ أن النقطة جـ هى الوحيدة التى تحقق مستوى إنتاج أعلى من الإنتـاج الذى تحققه النقاط أ ، ب، د ، هـ. وبالتالى فإن المجـموعة جـ هى التى تحـقق للمستـهلك أقصى إنتاج ممكن ، وتكون الكمـيات المقابلة لها من مـدخلى الإنتاج (ع) و(ر) هى الكميات التى سيطلبـها المنتج فى ضوء دخله النقدى المتاح والأسعار السائدة فى السوق للسلعتين.

وطالما أن خط سواء التكاليف يمس منحني سواء الإنتاج عند نقطة التوازن (جـ) تكون القيمـة المطلقة لميل منحني سواء الإنتاج مسـاوية لميل خط سواء التكاليف، أي أنه عند نقطة التوازن يكون:

$$\frac{\Delta \text{ع}}{\Delta \text{ر}} = \frac{\text{ث ر}}{\text{ث ع}} \quad \text{..........(١)}$$

ويمثل ذلك شـرط توازن المنتج (المنشأة) ، ويمكن تعـديل هذا الشرط إلـي صورة جديدة فقد أثبتنا قبل ذلك عند حساب المعدل الحدي للإحلال الفني أن:

$$\frac{\Delta \text{ع}}{\Delta \text{ر}} = \frac{\text{ن ح ر}}{\text{ن ح ع}} \quad \text{..........(٢)}$$

وبمقارنة المعادلة رقم (١) مع المعادة رقم (٢) نستنتج أن:

$$\frac{\text{ن ح ر}}{\text{ن ح ع}} = \frac{\text{ث ر}}{\text{ث ع}} \quad \text{..........(٣)}$$

وتمثل المعـادلة رقم (٣) صـورة جديـدة لشرط توازن المنـتج ، وبقـسـمـة الطرف الأيمن من المعادلة رقم (٣) علي الطرف الأيسر، نستنتج أن:

$$\frac{\text{ن ح ر}}{\text{ث ر}} = \frac{\text{ن ح ع}}{\text{ث ع}}$$

وبالتالي يمكن تعميم الصيغة الأخيرة لشرط التوازن الذي توصلنا إليه علي الحالة يتم فيها إنتاج المُنتَج باستخدام أي عدد من مدخلات الإنتاج المتغيرة ، ليكون هناك شرطان لتوازن المنتج (المنشأة) في هذه الحالة أحدهما شرط ضروري، وهو تساوي الإنتاج الذي تحصل عليه المنشأة من آخر جنيه تنفقه علي جميع المدخلات، ويتم التعبير عن ذلك كالآتي:

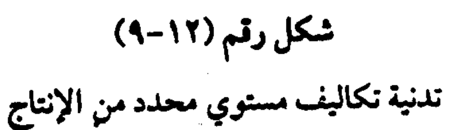
$$\frac{(\text{ن ح})_{1}}{\text{ث}_{1}} = \frac{(\text{ن ح})_{2}}{\text{ث}_{2}} = \frac{(\text{ن ح})_{3}}{\text{ث}_{3}} = \ldots\ldots\ldots\ldots = \frac{(\text{ن ح})_{\text{ن}}}{\text{ث}_{\text{ن}}}$$

أما الشرط الأخر فهو الشرط الكاف ، وهو قيد التكاليف، إذ يجب ألا تتخطي الكميات التي تشتريها المنشأة من جميع المدخلات التكاليف النقدية المحددة للإنفاق علي المدخلات ، ويتم التعبير عنه كالآتي :

$$\text{ث}_{1} \times \text{م}_{1} + \text{ث}_{2}\,\text{م}_{2} + \text{ث}_{3} + \text{م}_{3} + \ldots\ldots\ldots\ldots + \text{ث}_{\text{ن}} \times \text{م}_{\text{ن}} = \text{ت}$$

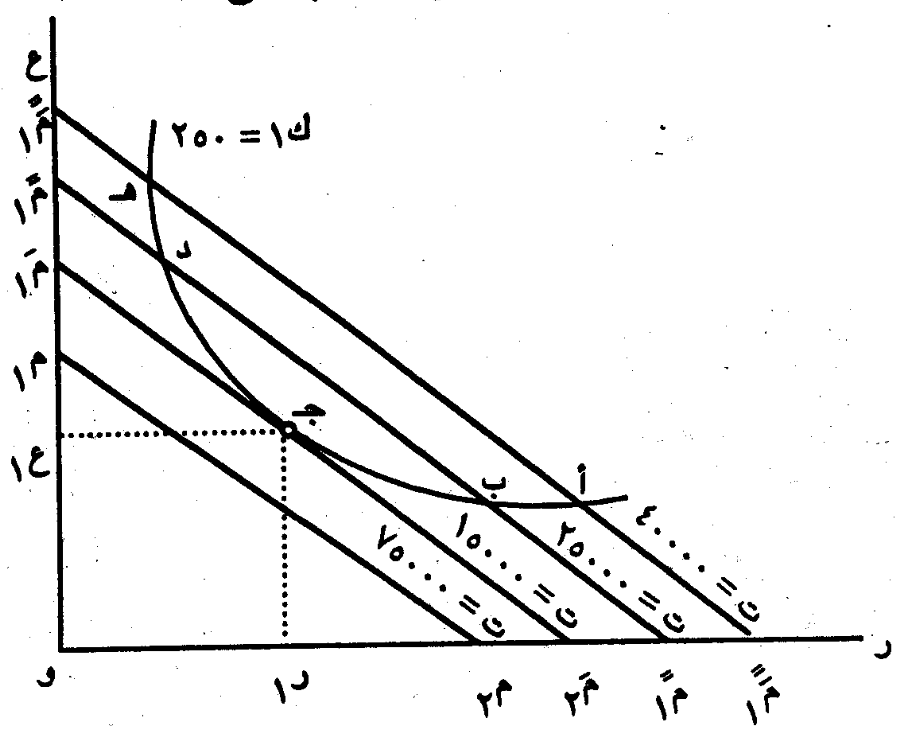
٦-٢ : تدنية تكاليف مستوي محدد من الإنتاج :

يكون هدف المنشأة في هذه الحالة تدنية تكاليف الإنتاج ، أي الوصول إلي أدني خط سواء تكاليف ممكن. ويكون القيد المفروض علي سلوك المنشأة هو حجم ثابت من الإنتاج تخطط لتحقيقه، أي في إطار منحني سواء إنتاج محدد. وبجمع منحني سواء الإنتاج مع مجموعة خطوط سواء تكاليف تعبر عن مستويات مختلفة من التكاليف تتاح للإنفاق علي مدخلات الإنتاج بافتراض ثبات أسعارها. فإن المنشأة تصل إلي أدني مستوي من التكاليف لهذا الحجم المحدد من الإنتاج عندما يمس منحني سواء الإنتاج أدني خط سواء تكاليف ممكن، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل رقم (١٢-٩).



شكل رقم (١٢-٩)

تدنية تكاليف مستوي محدد من الإنتاج



ويتضح من الشكل رقم (١٢-٩) إنه إذا كـانت المنشأة تسعي إلي تحقـي قحجم محدد من الإنتاج وهو ($ك_1$ = ٢٥٠ وحدة) ، فإنهـا ستتمكن من تحقيـقه بأقل تكلفة ممكنـة وهي ١٥٠٠٠ جنيـه والذي يمثلهـا خط ســواء التكـاليف ($مَ_1$ $مَ_2$) . وتكون الكميات المثلي المستخدمة من مدخلات الإنتاج هي الكمية (و $ع_1$) من مدخل العمل والكمية (و $ر_1$) من مدخل رأس المال .

وتكون شروط توازن المنتج (المنـشأة) هي نفس الشروط في حـالة تعظيم الإنتاج عند مستوي محدد من التكاليف، ويتم التـوصل إليها بنفس طريقة الإثبات في الحالة السابقة ، وهذه الشروط هي:

$$\frac{\Delta ع}{\Delta ر} = \frac{ث_ر}{ث_ع}$$

أو:

$$\frac{\text{ن ح ع}}{\text{ث}_{\text{ع}}} = \frac{\text{ن ح ر}}{\text{ث}_{\text{ر}}}$$

وتمثل هذه الشروط شروط أمثلية تشغيل مدخلات الإنتاج داخل المنشأة في إطار قيود دالة الإنتاج والتكاليف وأسعار المدخلات.

٧ : مسار التوسع :

يمثل مسار التوسع[1] اتجاه سلوك المنتج عندما تتغير التكاليف النقدية المحددة للإنفاق علي مدخلات الإنتاج ، بافتراض ثبات دالة الإنتاج وثبات أسعار مدخلات الإنتاج . أي أن مسار التوسع يوضح أثر تغير التكاليف النقدية المحددة للإنفاق علي مدخلات الإنتاج علي سلوك المنتج (المنشأة) بالنسبة لحجم الإنتاج ، وكذلك بالنسبة للمستخدم من مدخلات الإنتاج ، وبالتالي فهو يمثل تأثير التكاليف علي مستوي الإنتاج ومستوي تشغيل المدخلات في المنشأة .

وكما رأينا سابقاً فإن تغير التكاليف مع ثبات الأشياء الأخري علي حالها (دالة الإنتاج وأسعار مدخلات الإنتاج) سيؤدي إلي انتقال خطوط سواء التكاليف لأعلي عند زيادة التكاليف المحددة وإلي أسفل عند انخفاض التكاليف المحددة ، وتكون جميع خط سواء التكاليف متوازية في هذه الحالة ، وعند كل خط سواء تكاليف جديدة ينشأ وضع جديد لتوازن المنتج (المنشأة) عندما يمس سواء التكاليف الجديد منحني سواء إنتاج جديد ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٣-٩).

يتضح من الشكل رقم (١٣-٩) أن توازن المنتج يتحقق عند النقطة (ن) عندما يمس خط سواء التكاليف الأصلي ($م_1 م_2$) منحني سواء الإنتاج رقم (٢) ، وتحقق المنشأة مستوي الإنتاج ١٥٠٠ وحدة ، وتمثل الكميات المقابلة للنقطة (ن) علي المحور

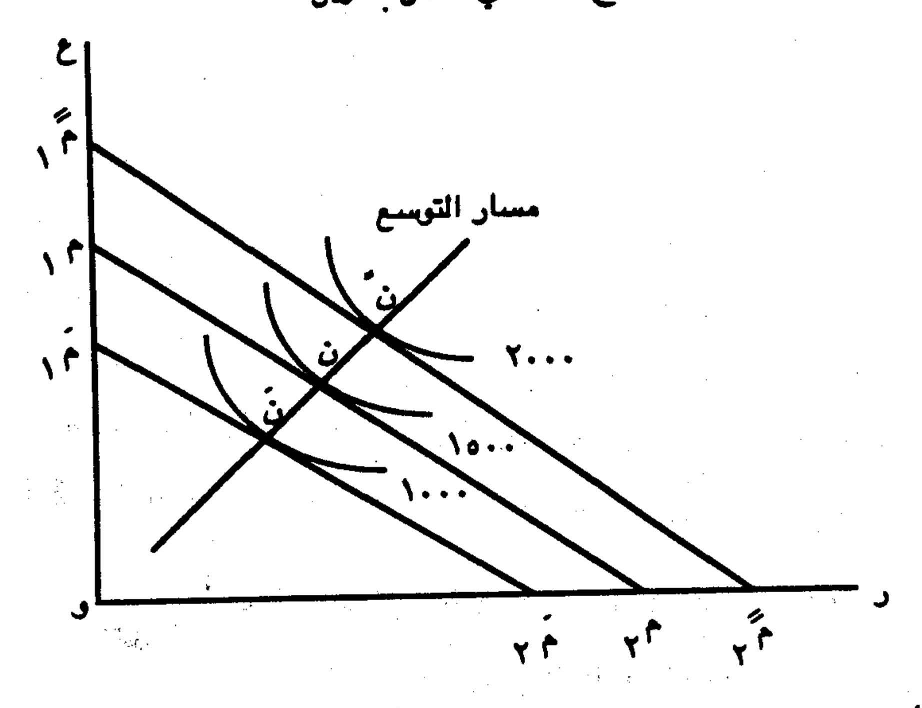
---

(1) Expansion Path

هناك ترجمات عديدة لهذا المصطلح مثل 'الممر الممتد' و' مجري التوسع'.

شكل رقم (١٣-٩)

مسار توسع المنشأة في الأجل الطويل



الأفقي والرأسي والكميات المثلي المستخدمة من مدخل العمل رأس المال. وعندما زادت التكاليف النقدية المحددة للإنفاق علي مدخلات الإنتاج انتقل خط سواء التكاليف إلي أعلي ليصبح (م″١ م″٢) ليمس منحني سواء إنتاج أعلي رقم (٣) عند النقطة (ن″) ويزيد مستوي الإنتاج ليصل إلي ٢٠٠٠ وحدة . وتكون الكميات المقابلة من العمل ورأس المال هي الكميات المثلي في هذه الحالة . وعندما انخفضت التكاليف المحددة للإنفاق علي المدخلات انتقل خط سواء التكاليف إلي أسفل ليصبح (م′١ م′٢) ليمس منحني سواء إنتاج منخفض رقم(١) عند النقطة (ن′) وينخفض مستوي الإنتاج ليصل ١٠٠٠ وحدة وتكون الكميات المقابلة من العمل ورأس المال هي الكميات المثلي. ويمثل الخط الواصل بين النقاط المختلفة لتماس خطوط سواء التكاليف مع منحنيات سواء الإنتاج (ن′ ن ن″) مسار التوسع في المنشأة ، ويبين هذا المسار الحجم الذي سيكون عليه الإنتاج ، وكذلك النسب المثلي التي ستمزج بها مدخلات الإنتاج لتحقيق هدف تعظيم الإنتاج عند كل مستوي من

مستويات التكاليف أو حتي تنتج المنشأة كل حجم من أحجام الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة.

٧-١ : مسار التوسع ومرونة إنفاق المنشأة علي المدخلات:

يمكن التعبير عن العلاقة بين التغير في مقدار الإنفاق المتاح للمنشأة علي المدخلات وطلب المنشأة علي المدخلات باستخدام مفهوم "المرونة"، ويطلق علي مفهوم المرونة الذي يعبر عن تلك العلاقة مفهوم مرونة إنفاق المنشأة علي المدخلات[١] Expenditure Elasticity. وتفسر مرونة الإنفاق علي المدخلات درجة استجابة (أو حساسية) طلب المنشأة علي مدخل الإنتاج للتغيرفى الميزانية النقدية المتاحة للمنشأة للإنفاق علي المدخلات[٢]، وتحسب كالآتي:

$$\text{مرن} = \frac{\text{التغير النسبى في الكمية المستخدمة من مدخل الإنتاج}}{\text{التغير النسبى في التكاليف الكلية}}$$

$$= \frac{\acute{م} - م}{م} \div \frac{\acute{ت} - ت}{ت}$$

---

(١) يجب التمييز بين «مرونة إنفاق المنشأة علي المدخلات» Expenditure Elasticity ومرونة التكاليف Cost elasticity والتي سيتم عرضها في الفصل التالي، حيث تشير الأولي إلي تحليل درجة حساسية طلب المنشأة علي المدخلات إلي التغير في التكاليف النقدية المحددة (المخططة) للإنفاق علي المدخلات، بينما تشير الثانية إلي تحليل درجة حساسية التكاليف إلي التغير في حجم الإنتاج داخل المنشأة، ولكل منهما استخداماتها المختلفة.

(٢) بالنسبة للمنشأة يشير مصطلح «الميزانية النقدية المتاحة للإنفاق علي المدخلات» إلي نفس مصطلح «الموارد النقدية المحددة للإنفاق علي المدخلات» ويعبر كذلك عن نفس المصطلح «التكاليف النقدية المحددة للإنفاق علي المدخلات»، وجميع هذه الاصطلاحات تشير إلي شيء واحد وهو «التكاليف المخططة والتي يعبر عنها «خط سواء التكاليف» والذي يقابل «خط الميزانية» في تحليل سلوك المستهلك.

$$= \frac{\Delta م}{م} \div \frac{\Delta ت}{ت}$$

$$= \frac{\Delta م}{م} \times \frac{ت}{\Delta ت}$$

$$= \frac{\Delta م}{\Delta ت} \times \frac{ت}{م}$$

ويستدل من ميل مسار التوسع بالنسبة للمحور الذي يمثل مدخل الإنتاج علي قيمة مرونة إنفاق المنشأة علي هذا المدخل، فكلما كان ميل مسار التوسع منخفضاً كانت مرونة الإنفاق علي مدخل الإنتاج أقل من الواحد، وكلما كان ميل مسار التوسع مرتفعاً كلما كانت مرونة الإنفاق علي مدخل الإنتاج أكبر من الواحد، وكلما كان ميل مسار التوسع سالب كانت مرونة الإنفاق علي مدخل الإنتاج سالبة (أقل من الصفر). واستناداً إلي قيمة مرونة الإنفاق علي مدخل الإنتاج أو ميل مسار التوسع يمكن تحديد نوعية مدخلات الإنتاج بالنسبة للمنشأة . فيما إذا كانت مدخلات فائقة أو عادية أو رديئة ، كما يتضح من التحليل في البند التالي. ويفيد تحديد نوعية المدخلات بالنسبة للمنشأة في التنبؤ لبسلوك المنشأة تجاه تلك المدخلات مع تغيرات الموارد النقدية المتاحة للمنشأة للإنفاق علي المدخلات.

٧-٢ : أثر نوعية المدخلات علي شكل مسار التوسع[1]:

يمكن تقسيم مدخلات الإنتاج من حيث تأثير التغير في التكاليف النقدية المحددة للإنفاق علي المدخلات علي طلب المنشأة علي تلك المدخلات إلي ثلاثة أنواع، هي:

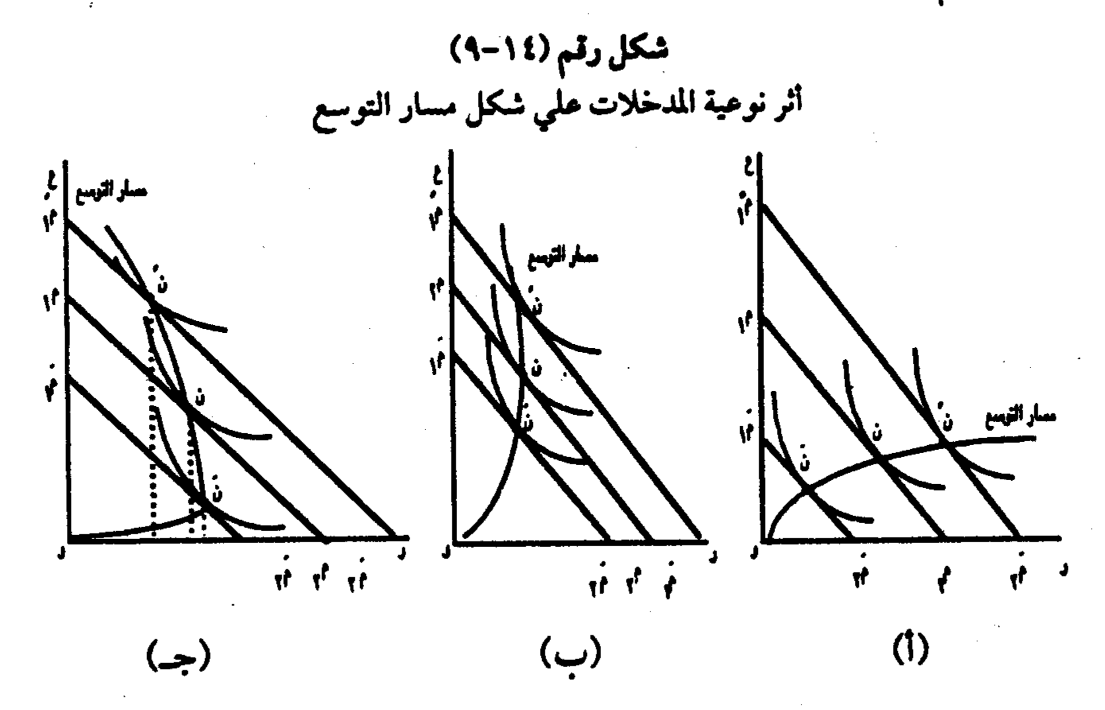
١) المدخلات الفائقة Superior Inputs:

هي التي تزيد مشتريات المنشأة منها بنسبة أكبر من نسبة زيادة إنفاق المنشأة علي

(1) J. P. Gould and C.E. Fregson, PP. 196, 170.

المدخلات، وتكون مرونة الإنفاق علي هذه المدخـلات أكبر من الوحدة (مـر ق > ١). ويكون شكل مسـار التـوسع لمثل هذه النوعـيـة من المدخـلات علي النحـو الموضح بالشكل رقم (١٤-٩)

شكل رقم (١٤-٩)
أثر نوعية المدخلات علي شكل مسار التوسع



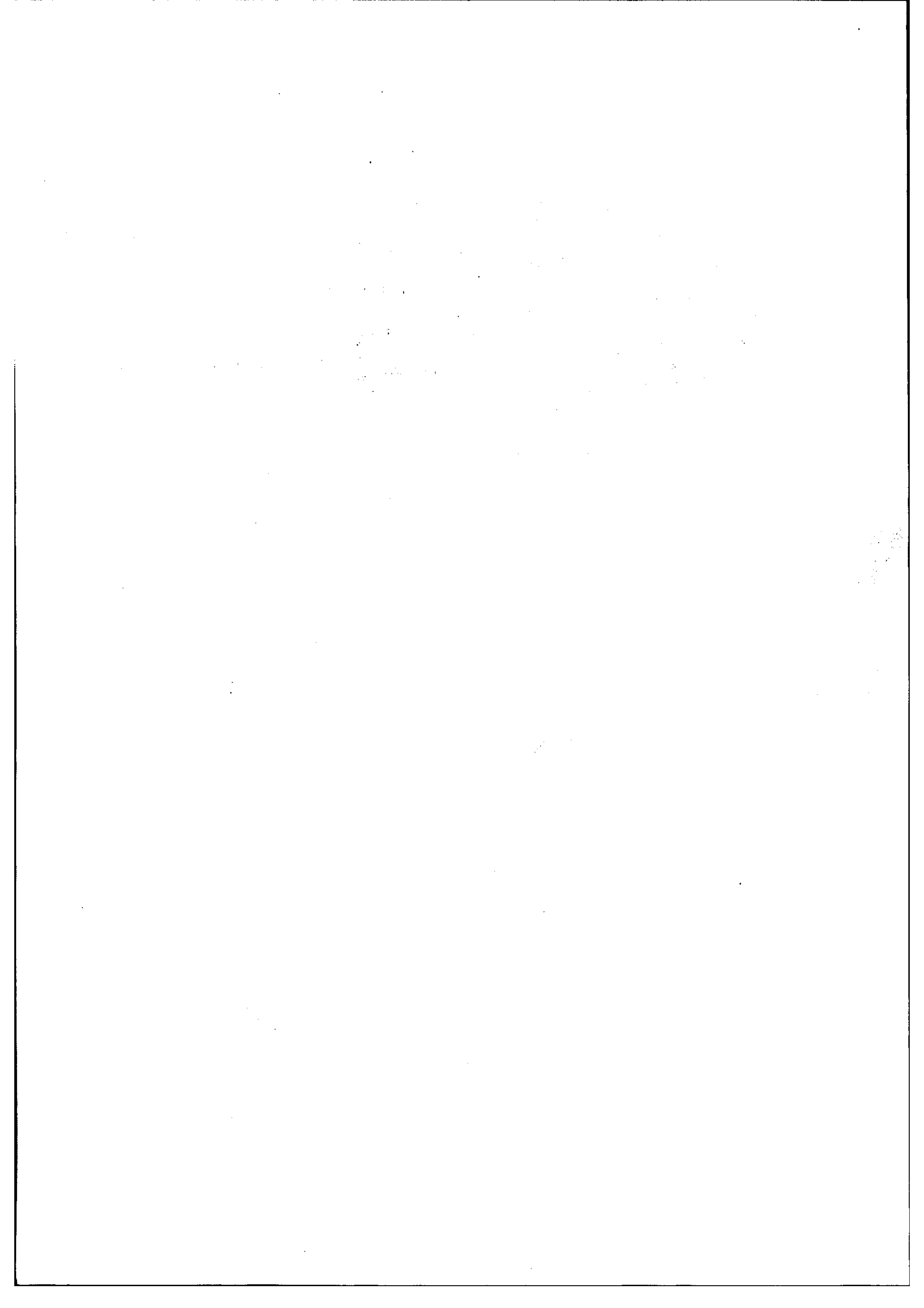
٢) المدخلات العادية Normal Inputs :

هي التي تزيد مشتـريات المنشأة منها بنسبة أقل من نسبـة زيادة إنفاق المنشأة علي المدخلات . وتكون مـرونة الإنفاق علي هذه المدخـلات أقل من الوحدة (مـر ق < ١) ويكون شكل مـسـار التـوسع لمثل هذه النوعـيـة من المدخـلات علي النحـو الموضح بالشكل رقم (١٤-٩/ ب) .

٣) المدخلات الرديئة Inferior Inputs :

هي التي تنخـفـض مـشـتـريات المنشـأة منهـا عندمـا يزيد إنـفـاق المنشـأة علي المدخـلات، برغم ثبـات أسعـار المدخـلات. وتكون مرونة الإنفـاق علي المدخـلات الرديئـة سالبـة (مـر ق < صفـر) . ويكون شكل مـسار التـوسع لمثل هذه النوعيـة من المدخلات علي النحو الموضح بالشكل رقم (١٤-٩/ جـ) .

وتجدر الإشارة إلي أننا اعتمدنا في التحليل السابق علي تأثير التغير في الإنفاق علي الكمية المستخدمة من مدخل الإنتاج الممثل علي المحور الأفقي ($م_{٢}$) ، أي أن مدخل الإنتاج ($م_{٢}$) في الشكل رقم (١٤-٩/أ) يعتبر مدخل فائق، وفي الشكل رقم (١٣-٩/ب) يعتبر مدخل الإنتاج ($م_{٢}$) مدخل عادي، بينما في الشكل رقم (١٤-٩/جـ) يعتبر مدخل الإنتاج ($م_{٢}$) مدخل ردئ. ويمكن إجراء نفس التحليل وبنفس الطريقة (بالنسبة لمدخل الإنتاج الممثل علي للمحور الرأسي ($م_{١}$) ، إذا يمكن التعرف علي شكل مسار التوسع للمنشأة عندما يكون المدخل ($م_{١}$) فائق أو عادي أو ردئ.



الفصل العاشر
تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة

إن إنتاج أية سلعة أو خدمة ينطوي علي استخدام المنشأة موارد اقتصادية ، ومن ثم فالمنشأة تتحمل تكاليف الحصول علي تلك الموارد أو المدخلات، لذا فإن تكاليف الإنتاج تمثل الوجه الآخر لعلاقات الإنتاج التي تتم داخل المنشأة. وتعبر تكاليف الإنتاج عن كل ما تتحمله المنشأة فى سبيل إنتاج المُنتَّج (سلعة أو خدمة)، وتشتمل على أجور العمال والموظفين، وأثمان المواد الخام والمدخلات الوسيطة ، وتكاليف الوقود وعوائد استخدام رأس المال والأرض، وتكاليف النقل، سواء للمواد الخام والمدخلات الوسيطة أو للمنتجات النهائية أو انتقالات العمال، وتكاليف التأمين، والضرائب والرسوم الجمركية ، وكذلك الربح العادى الذى يمثل عائد المنظم مقابل إدارته لمشروعه الخاص ، كما تشتمل التكاليف على تكاليف التخزين وتكاليف الإعلان والترويج.

١: المفاهيم المختلفة لتكاليف الإنتاج :

أفرز تحليل تكاليف الإنتاج فى المنشأة ظهور مفاهيم عديدة للتكاليف كل منها يعبر عن وجهات نظر مختلفة ، فهناك من ينظر إلى تحليل التكاليف من منظور ما قامت المنشأة بدفعه نقداً للغير فى سبيل الحصول على مدخلات الإنتاج المختلفة ، وهناك من ينظر إلى تحليل التكاليف من منظور ما تحملته المنشأة من تكاليف للقيام بالإنتاج، بينما هناك من يحلل التكاليف من منظور ما تحمله المجتمع من تكاليف مقابل قيام المنشأة بالإنتاج ، وهناك من يحلل التكاليف من منظور استرداد التكاليف وما يرتبط به من تحليل تاريخى للتكلفة ، ولعل أهم المفاهيم الشائعة للتكاليف ما يلى:

١-١: التكاليف الصريحة والتكاليف الضمنية[١]:

تتمثل **التكاليف الصريحة** Explicit Cost فى المدفوعات النقدية التى تدفعها

(١) يطلق عليها بعض الاقتصاديين التكاليف النقدية والتكاليف غير النقدية .

المنشأة مقابل استخدام مدخلات إنتاج مملوكة لأخرين ليست لهم علاقة بملكية المنشأة. ومن أمثلة هذه التكلفة أجور العمال، وقيمة المواد الأولية ، وإيجارات المبانى، وإهلاك الآلات والمعدات، وقيمة الوقود والمياه، ويطلق على هذا النوع من التكاليف بالتكاليف النقدية ، وهو يمثل المنظور المحاسبى لتكاليف الإنتاج فى المنشأة .

وإذا كانت التكاليف الصريحة تمثل المفهوم الشامل للتكاليف عند المحاسب، فإنها تمثل جزءاً من تعريف الاقتصادى للتكاليف، إذ أن المفهوم الشامل للتكاليف عند الاقتصادى يشتمل على كلٍ من التكاليف الصريحة والتكاليف الضمنية .

تمثل التكاليف الضمنية Implicit Cost قيمة الموارد المملوكة لأصحاب المنشأة والتى تستخدم فى الإنتاج داخل المنشأة ، ومن أمثلة هذه التكاليف إيجار مبنى يمتلكه صاحب المنشأة ، أجر صاحب المنشأة الذى يؤدى عمل بها أو يديرها بنفسه، وتحسب التكاليف الضمنية بقيمة ما يمكن أن تحصل عليه هذه الموارد والمدخلات فى أفضل استخداماتها البديلة .

وتبدو التكاليف الضمنية أكثر وضوحاً فى المنشآت العائلية ، فإذا كان هناك شخص ما يمتلك هو وأبنائه ورشه لميكانيكا السيارات ويقوم هذا الشخص هو وأبنائه بالعمل فى الورشة ، وأن مبنى الورشة مملوك لهذا الشخص وأبنائه، ويستخدم هذا الشخص رأسماله النقدى فى الورشة . ومن ثم فإن معظم تكاليف الإنتاج فى هذه المنشأة تعد من التكاليف الضمنية فليس هناك إيجار صريح يسدد للغير، وليس هناك أجور صريحة مدفوعة للغير، وليست هناك فوائد مدفوعة للبنوك ... ، كما أن صاحب هذه الورشة قد ضحى بالعائد الذى كان يمكنه تحقيقه لو أنه قام بتقديم خدمات قدراته التنظيمية لإحدى المنشآت الأخرى.

ومن ثم فإن الربح العادى Normal Proift يمثل تكلفة ضمنية ، وهو العائد العادى لأداء صاحب المشروع وظيفة المنظم داخل منشأته ، وإذا لم يتحقق له هذا

العائد الأدنى أو العادى فإنه سيتوقف عن العمل كمنظم داخل منشأته ويتجه إلى العمل لدى الغير كعامل يحصل على أجره[1].

١-٢: التكاليف الخاصة والتكاليف الاجتماعية :

يقصد بـ "**التكلفة الخاصة**" Private Costs مقدار ما تتحمله المنشأة من تكاليف صريحة أو ضمنية عند إنتاج كمية معينة من سلعة أو خدمة . وتشتمل على جميع التكاليف المرتبطة مباشرة بجميع الأنشطة التى تمارس داخل المنشأة. وتشتمل التكاليف المرتبطة بالإنتاج والتكاليف الإدارية وتكاليف التخزين وتكاليف النقل وتكاليف الإعلان والترويج.

ويقصد بـ "**التكاليف الجانبية**" External Costs هى التكاليف التى يتحملها آخرين من خارج المنشأة نتيجة ممارسة المنشأة لأنشطتها، وكذلك مقدار الانخفاض فى التكاليف الداخلية للمنشأة بسبب استفادتها من أنشطة وحدات أخرى خارج المنشأة .

وتنشأ التكاليف الجانبية بسبب قيام بعض الأفراد والمنشآت بنشاط يعود بالنفع (أو الضرر) على أفراد ومنشآت أخرى، ومع ذلك لايحصلون على (أو يدفعون) قيمة ذلك . ويرجع ذلك إلى آثار الانتشار الخارجية externalities أو ما يطلق عليه الوفورات والأضرار الخارجية سواء فى مجال الإنتاج أو الاستهلاك.

ويقصد بـ "**التكاليف الاجتماعية**" Social Costs إجمالى التكاليف التى يتحملها الاقتصاد القومى عند إنتاج كمية معينة من سلعة أو خدمة ، وهى تمثل التضحية الكلية التى يتحملها المجتمع فى إنتاج السلع والخدمات المختلفة الناتجة عن اختيار سلعة أو خدمة معينة دون سلعة أو خدمة أخرى. ومن ثم فإن التكاليف الاجتماعية تتضمن التكاليف الخاصة مضافاً إليها التكاليف الجانبية .

التكلفة الاجتماعية = التكاليف الخاصة + التكاليف الجانبية .

---

(١) ويختلف الربح العادي عن الربح الاقتصادي. فالربح العادي جزء من التكاليف، بينما الربح الاقتصادي Economic Profit يعادل الزيادة في إيرادات المنشأة عن إجمالي التكاليف الصريحة الضمنية للمنشأة ، وتستخدم إصطلاحات الربح الحقيقي Real Profit والربح الصافي أو الربح المطلق Pure Profit كمرادفات لاصطلاح الربح الاقتصادي.

والمثال التقليدى لتوضيح ذلك حالة المصنع الذى يقع على حافة بحيرة أو نهر
يتخلص من النفايات والمخلفات الخاصة به فى هذا النهر أو البحيرة بدلاً من
التخلص منها بوسيلة أخرى. ومن ثم فإن التكلفة الخاصة التى يتحملها المصنع
للتخلص من النفايات تعادل صفر فى هذه الحالة . وعلى الجانب الآخر يتأثر الأفراد
الذين يعيشون حول مجرى النهر بشكل عكسى، إذ يتحملون تكاليف إضافية لمعالجة
المياه وجعلها صالحة للاستهلاك الآدمى، بالإضافة إلى تكاليف علاجهم من
الأمراض التى قد تصيبهم نتيجة هذا التلوث، وكذلك تكاليف السفر بعيداً للحصول
على منفعة الاستجمام بالمياه التى فقدوها بسبب التلوث.

١-٣ : التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة:

يمكن تقسيم تكاليف الإنتاج التى تتحملها المنشأة بحسب علاقة التكاليف مع
حجم الإنتاج فى المنشأة إلى تكاليف ثابتة وتكاليف متغيرة، على النحو التالى:

التكاليف الثابتة : تشتمل على جميع التكاليف التى لا تتغير مع تغير حجم
الإنتاج ، ومن أمثلة التكاليف الثابتة تكاليف الأرض، وتكاليف المبانى والإيجارات
وتكاليف الآلات والمعدات، وأجور عمال الحراسة، والضرائب الإجمالية، وتكاليف
الصيانة التى تتم بعقود ثابتة . ويتضح أن التكاليف الثابتة تكون قد دفعت بالفعل قبل
بدء الإنتاج ، ومن ثم فإن زيادة حجم الإنتاج لاتؤدى إلى زيادتها وكذلك فإن خفض
حجم الإنتاج لايؤدى إلى تناقصها، وإذا توقفت المنشأة عن الإنتاج فإن هذا لا يعنى
أن التكاليف الثابتة أصبحت صفر ، ولكن هذا غير حقيقى حيث ماتزال تتحمل
المنشأة التكاليف الثابتة .

التكاليف المتغيرة : تشتمل على جميع التكاليف التى تتغير مع تغير حجم
الإنتاج، وعادة ترتبط التكاليف المتغيرة مع حجم الإنتاج فى المنشأة بعلاقة طردية فتزيد
بزيادة حجم الإنتاج وتنخفض بانخفاضه، وعندما تتوقف المنشأة عن الإنتاج لظروف
طارئة ومؤقتة أى يصبح حجم الإنتاج صفر فإن المنشأة لاتتحمل عندئذ أية تكاليف

متغيرة . ومن أمثلة التكاليف المتغيرة أجور العمالة المرتبطة بالإنتاج، وتكلفة مدخلات الإنتاج من مواد خام ووسيطة، وتكلفة الوقود سواء كانت كهرباء أو بترول أو غاز طبيعي أو فحم ....، وضرائب المبيعات والرسوم الجمركية ، وتكاليف الصيانة التي لاتتم وفقاً لعقود ثابتة .

١-٤ : التكاليف المباشرة والتكاليف غير المباشرة :

تظهر أهمية تقسيم التكاليف التي تتحملها المنشأة إلى تكاليف مباشرة وتكاليف غير مباشرة في المنشآت التي تقوم بالإنتاج المشترك Joint Production ، ومن ثم تتحمل نوعاً من التكاليف المشتركة Common Costs ، فيمكن لبعض المنشآت إنتاج مُنْتَجين أو أكثر من خلال عمليات إنتاجية مرتبطة فنياً، أي من خلال نشاط إنتاجي واحد تقوم به المنشأة.

ومن أمثلة ذلك تكاليف إنشاء وصيانة قضبان السكك الحديدية تمثل تكاليف مشتركة بين خدمة نقل البضائع وخدمة نقل الركاب، وتكاليف تربية الأغنام تمثل تكاليف مشتركة بين إنتاج لحوم الضأن وإنتاج الصوف، وتظهر التكاليف المشتركة بوضوح في منشآت إنتاج الخدمات الصحية ، حيث تنتج تلك المنشآت خدمات عديدة مثل خدمات جراحة القلب وخدمات جراحة العظام ... وغيرها من الجراحات، وخدمات علاج التسمم ، وخدمات الرعاية الأولية ، ...... ، وغيرها. فهناك تكاليف مشتركة يصعب تخصيصها لأي من تلك المنتجات مثل تكاليف النظافة العامة في المستشفى، وتكاليف الأمن، وتكاليف الاستقبال والتسجيل، وتكاليف غرف العمليات، ... وغيرها.

١-٤-١: التكاليف المباشرة:

تعرف التكاليف المباشرة Direct costs بالتكاليف التي يمكن فصلها، وهي تلك التكاليف التي يمكن ربطها بمنتج أو خدمة معينة أو بعملية إنتاجية بعينها . ففي المستشفيات يمكن تصنيف تكاليف الأدوية وغرفة العمليات كتكاليف مباشرة ، لأنه يمكن ربطها بمريض معين وبالتالي ربطها بخدمة وتخصص معين .

١-٤-٢: التكاليف غير المباشرة:

تعرف التكاليف غير المباشرة Indirect costs بالتكاليف التى لايمكن ربطها بمنتج أو خدمة معينة ، وقد يرجع هذا إلى عدم وجود النظم التى تربط التكاليف بالمرضى والتخصصات، إذ أن استخدام هذا النظام قد يكون مكلفاً جداً فى بعض الحالات، وتشمل أمثلة التكاليف غير المباشرة الشائعة فى رعاية المريض فى المستشفى مصاريف الرعاية والنظافة.

ويجب أن نلاحظ جيداً أن تصنيف التكاليف إلى مباشرة وغير مباشرة منفصل تماماً عن تصنيفها إلى ثابتة ومتغيرة . وأحياناً تسمى التكاليف الغير مباشرة بالتكاليف "المشتركة" ، ولكن هذه التسمية قد تثير بعض اللبس . وهكذا فإن بعض التكاليف غير المباشرة يمكن أن تكون متغيرة ، بينما التكاليف المشتركة الحقيقية تكون ثابتة .

ويمثل مرتب الجراح الذى يعمل بعقد طويل الأجل تكلفة ثابتة . ويمكن اعتباره تكلفة مباشرة لأنه يمكن ربطه مباشرة بتخصص معين. وكذلك فإن مرتب المدير الذى يعمل بعقد طويل الأجل يمثل تكلفة ثابتة ، ولكنه يعتبر تكلفة غير مباشرة لأنه لايمكن ربطه بأى نشاط محدد. ويمثل تقديم الأدوات القابلة للاستهلاك داخل المستشفى تكلفة متغيرة ، ولكن اعتبارها مباشرة أو غير مباشرة يعتمد على نظام المعلومات المتاح فى المستشفى. فهل توجد آلية لتسجيل تكلفة هذا البند لكل مريض أم لا؟ فإذا كان الأمر كذلك ، تعتبر تكلفة مباشرة لأنه يمكن تفصيلها حسب النشاط، ومع ذلك. فإن تكلفة القيام بذلك لكل مريض بالنسبة لبعض البنود مثل مفارش السرير، الطعام، والخدمات الأخرى، قد تكون مرتفعة بما يحول دون ذلك التسجيل والتفصيل، وهنا يحتمل أن تسجل التكاليف على أنها تكاليف غير مباشرة، كما ذكرنا سلفاً.

ويعتبر تقسيم التكاليف إلى مباشرة وغير مباشرة تقسيماً تحكمياً يتحدد بطبيعة العقود ونوعية ومستوى تفصيل نظام المعلومات المستخدم. إذ "أن تقسيم مباشر/ غير

مباشر يرتبط بالمعلومات المتاحة (أو تكلفة توفير المعلومات) عن المدخلات المستخدمة لعلاج مريض معين من مشكلة معينة بدقة*.

١-٤-٣: توزيع التكاليف غير المباشرة:

إن الأمر لينتهي عند تحديد كل التكاليف المباشرة لكل تخصص وإجراء، والتكاليف غير المباشرة للمنشأة، تظل هناك مشكلة تحديد نسبة التكاليف غير المباشرة التى يجب توزيعها على كل إجراء/ تخصص من أجل تقدير التكلفة الكاملة Full cost، وهناك أساليب عديدة لتجزئة التكاليف غير المباشرة ولكنها تؤدى إلى نتائج مختلفة تماماً.

فمثلاً إذا كان هناك تخصص حددت له تكاليف غير مباشرة قدرها ٢٠٠٠٠٠ جنيه، وفى داخل هذا التخصص، تم أداء ٤٠٠ إجراء فى السنة الماضية بتكلفة مباشرة قدرها ٤٠٠٠٠٠ جنيه. وكان الزمن الذى يستغرقه كل إجراء ٣٠ دقيقة فى المتوسط، فكيف يمكن توزيع التكاليف غير المباشرة على كل إجراء ؟

فإذا أمكن تحديد إجراءين داخل هذا التخصص - بالإضافة إلى الإجراءات الأخرى التى تتم داخل التخصص - حيث يحتاج الإجراء (أ) إلى معدات متقدمة وأفراد مكلفين. وتقدر التكلفة المباشرة بحوالى ١٠٠٠ جنيه، ويستغرق الإجراء ساعة . وكذلك الأمر بالنسبة للإجراء (ب) حيث كانت التكلفة المباشرة ٦٠٠ جنيه ويستغرق ساعتين. ويمكن توضيح تأثير توزيع التكاليف غير المباشرة بثلاث طرق مختلفة :

١- التوزيع حسب الإجراء : فإذا تم ٤٠٠ إجراء فى السنة الماضية ، وكانت التكاليف غير المباشرة ٢٠٠٠٠٠ جنيه ، وبالتالى كانت التكلفة غير المباشرة للإجراء ٥٠٠ جنيه . وهنا تكون التكلفة الكلية للإجراء (أ) حوالى ١٥٠٠ جنيه ، وللإجراء (ب) حوالى ١١٠٠ جنيه.

٢- التوزيع حسب الساعة : فإذا تم إجراء ٤٠٠ إجراء فى السنة الماضية بمتوسط

٣٠ دقيقة . وهذا يعنى قضاء ٢٠٠ ساعة ، ونظراً لأن التكاليف غير المباشرة تساوى ٢٠٠٠٠٠ جنيه ، فإن هذا يمثل تكلفة غير مباشرة قدرها ١٠٠٠ جنيه للساعة . ويستغرق الإجراء (أ) ساعة . والتكلفة المباشرة قدرها ١٠٠٠ جنيه، وغير المباشرة قدرها ١٠٠٠ جنيه أيضاً ، وبالتالى تصبح التكلفة الكاملة ٢٠٠٠ جنيه، وكان الإجراء (ب) يستغرق ساعتين، والتكلفة المباشرة تساوى ٦٠٠ جنيه وغير المباشرة تساوى ٢٠٠٠ جنيه، وهذا يعنى تكلفة كاملة قدرها ٢٦٠٠ جنيه .

٣- التوزيع حسب التكلفة المباشرة : كانت التكاليف المباشرة الكلية للتخصص حوالى ٤٠٠٠٠ جنيه، وكانت التكاليف غير المباشرة ٢٠٠٠٠٠ جنيه . وتتطلب هذه الطريقة توزيع التكاليف غير المباشرة بصورة تناسبية مع التكاليف المباشرة . وهكذا فإن كل جنيه من التكاليف المباشرة سيتحمل ٥٠ قرشاً من التكاليف غير المباشرة. ونظراً لأن الإجراء (أ) تكلفته المباشرة قدرها ١٠٠٠ جنيه، ستكون التكلفة غير المباشرة ٥٠٠ جنيه، وبالتالى فإن التكلفة الكاملة ١٥٠٠ جنيه. وتكلفة الإجراء (ب) المباشرة تساوى ٦٠٠ جنيه، وغير المباشرة تساوى ٣٠٠ جنيه ، وبالتالى فإن التكلفة الكاملة تساوى ٩٠٠ جنيه.

وفى كل حالة كانت التكاليف غير المباشرة توزع كاملة على الإجراء ، ولكن تقديرات التكاليف الناتجة كانت مختلفة تماماً، ويعد هذا دليل على صعوبة تخصيص التكاليف غير المباشرة ، فضلاً عن أنه لم توجد حتى الآن طريقة متفق عليها لإجراء مثل هذا التخصيص.

١-٥ : التكاليف الغارقة [١] :

تشير إلى التكاليف التى لاتتأثر بقرار معين ، وبالتالى تعتبر غير ملائمة لذلك

---

(١) Sunk Costs.

- هناك ترجمات أخرى لهذا الاصطلاح فقد يشير إليها البعض بـ "التكاليف الضائعة" أو "التكاليف المفقودة" أو "التكاليف المستغرقة"، ولكن الشائع استخدام مفهوم "التكاليف الغارقة".

القرار. وهى تكاليف لايمكن استردادها. فمثلاً ، يمكن تحمل بعض التكاليف فى تقييم مقترحات المشروعات المختلفة . فإذا كان لايمكن استرداد هذه التكاليف بغض النظر عن المشروع الذى تم اختياره، فإنها لذلك تعتبر غير مناسبة لاتخاذ القرار باختيار المشروع المحدد.

وتمثل هذه التكاليف نوعاً أخر من التكاليف الثابتة ، ويمكن تفسير مفهوم التكاليف الغارقة كتكاليف ثابتة بمثال لإحدى المنشآت اتخذت قرار استئجار مكتب لمدة عام. فهنا يعتبر الإيجار الشهرى الذى التزمت المنشأة بدفعه تكاليف ثابتة ، وذلك لأنها التزمت بدفعه بغض النظر عن مقدار الناتج الذى تنتجه. ولنفترض الآن أنها قررت تجديد المكتب بطلائه وشراء أثاث، فهنا تعتبر تكلفة الطلاء ثابتة ، ولكنها أيضاً تكلفة غارقة لأنها مدفوعات تمت ولايمكن استردادها، أما تكلفة شراء الأثاث فإنها ليست غارقة تماماً ، لأنه من الممكن إعادة بيع الأثاث عندما ترغب المنشأة فى ذلك . وهنا نجد أن "الفرق" بين شراء الأثاث الجديد وعائد بيع هذا الأثاث بعد استعماله يمثل تكلفة غارقة .

ولتفسير ذلك بالتفصيل، افترض أن المنشأة اقترضت ٢٠٠٠٠ جنيه فى بداية العام بسعر فائدة ١٠٪، ووقعت عقد إيجار لاستئجار مكتب ودفعت ١٢٠٠٠ جنيه مقدماً للسنة التالية . وانفقت ٦٠٠٠ جنيه على أثاث المكتب، و٢٠٠٠ جنيه على طلائه . ففى نهاية السنة تقوم المنشأة بسداد قيمة القرض ٢٠٠٠٠ جنيه بالإضافة إلى ٢٠٠٠ جنيه مدفوعات الفائدة ، وتبيع أثاث المكتب المستعمل بمبلغ ٥٠٠٠ جنيه.

وهكذا تتكون التكاليف الغارقة الكلية من الإيجار ١٢٠٠٠ ، الفائدة ٢٠٠٠، الطلاء ٢٠٠٠، و ١٠٠٠ جنيه فقط للأثاث، لأن المنشأة تستطيع استرداد ٥٠٠٠ جنيه من الإنفاق الأصلى على الأثاث.

ويمكن أن يكون الفرق بين التكاليف الغارقة والتكاليف المستردة كبيراً ، فمثلاً يمثل إنفاق ١٠٠٠٠٠ جنيه لشراء خمس شاحنات خفيفة يبدو مبلغاً كبيراً، ولكن إذا

أمكن بيعها بعد ذلك فى سوق الشاحنات المستعملة بمبلغ ٨٠٠٠٠ جنيه، فإن التكلفة الغـارقة الحـقـيـقـيـة تكون ٢٠٠٠٠ جنيـه فقط. ولكن هـناك حالات تكون فـيهـا كل التكاليف غارقة .

وتتمثل أفضل طريقة لتبسيط هذه الأمور فى التأكد من معاملة كل النفقات على أساس التدفق : أى ما هى تكلفـة القيام بعمل لمدة سنة ؟ فبهذه الطريقـة يقل احتمال نسيان قيـمة إعـادة بيع المعـدات الرأسمالـية ، ويزيد احـتمـال وضوح التـمييـز بين التكاليف الغارقة والتكاليف المستردة .

ويفسـر ظهور التكاليـف الغارقة أن بـعض الأنشطة الإنتاجـية يتطلب بطبـيعـته أشكال متـخصـصـة من رأس المال يصعب تحـويلها إلى أنشطة إنتـاجيـة أخرى، ومن أمثلة ذلك عربات السكك الحـديد وهى تمثل رأس مال مستثمـر لإنتاج خدمات نقل الركاب والبضائع بالسكك الحديدية يصعب تحويلها لتستخدم فى نشاط إنتاجى آخر.

١-٦: التكاليف التاريخية[1] :

تشير إلى سـجل التكاليف التى تحملتها المنشـأة نتيجة قرارات سـابقة (قد تكون خاطئة)، وقد لاتكون هى الـتكاليف المناسبة للاستخدام عند اتخـاذ القرارات المتعلقة بالمستقبل ، ويمكن أن تكون البيانات المتاحة عن التكاليف التـاريخية غير دقيقة بسبب معدلات التضخم والتغير فى أسعار المدخلات.

وتعرف "التكاليف التاريخـية" بأنها المبـالغ التي دفعهـا المشروع مقابل الحـصول علي أي أصل من الأصول العاملة داخل المشروع.

وبينما تركز القواعد المحاسبية التقليدية علي مفهوم "التكاليف التاريخية"، إلا أن الاقتـصادي والمحـاسب المعاصـر والمدير المعاصـر لا يقبل التكالـيف التاريخـية دون تمحيص وتدقيق ، بل وقـد يجـري عليهـا من التـعديلات الـتي تتناسب ومعـدلات التضخم وتغيرات أسعار الصرف.

---

(1) Historical Costs.

٢: محددات تكاليف إنتاج المنشأة :

يمكن تعريف تكاليف الإنتاج ببساطة على أنها تعادل الكميات المستخدمة من مدخلات الإنتاج مضروبة فى أسعار تلك المدخلات، أى أن :

ت ك = كميات مدخلات الإنتاج × أسعار مدخلات الإنتاج

ومن ثم فإن هناك عوامل ستؤثر فى الكميات المستخدمة من مدخلات الإنتاج فى المنشأة وهى تمثل محددات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير، ويمكن حصر تلك العوامل التى تؤثر فى التكاليف التى تتحملها المنشأة فى العملية الإنتاجية ، فى الآتى:

١) **أسلوب الإنتاج :** يمثل أسلوب الإنتاج نسب المزج بين الموارد المستخدمة فى الإنتاج، فهو يمثل نسب المزج بين المدخلات المتغيرة والمدخلات الثابتة للحصول على وحدة من سلعة أو خدمة . فيمكن القول بأن أسلوب إنتاج بدلة رجالى باستخدام ٢ وحدة عمل مع ١ وحدة من رأس المال، ويمكن إنتاج نفس البدلة بأسلوب إنتاج أخر يعتمد على ١ وحدة عمل مع ٢ وحدة رأسمال ، وبالتالى فإن أسلوب الإنتاج يحدد الكميات التى ستستخدمها المنشأة من المدخلات الثابتة والمدخلات المتغيرة.

٢) **الأسعار السوقية للموارد:** كما أشرنا فإن تكاليف الإنتاج تمثل مدفوعات تسددها المنشأة لأصحاب الموارد التى تشتريها أو تستأجرها، وبالتالى فإن ارتفاع أسعار تلك الموارد سيؤدى إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج فى المنشأة وأن انخفاض أسعار تلك الموارد سيؤدى إلى انخفاض مستوى تكاليف الإنتاج فى المنشأة .

٣) **كفاءة الموارد ومدخلات الإنتاج المستخدمة:** تتوقف درجة كفاءة أى مورد اقتصادى أو أى مدخل من مدخلات الإنتاج على نوعية هذه الموارد أو المدخل، فكلما زادت درجة جودة المورد ارتفعت كفاءته وزادت بالتالى إنتاجية هذا الموارد. ومن ثم تنخفض تكاليف الإنتاج التى تتحملها المنشأة ... والعكس.

ولتبسيط تحليل علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير سنفترض ثبات العوامل المؤثرة فى تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير، أى ثبات أسلوب الإنتاج المتبع فى المنشأة ، وثبات كفاءة الموارد والمدخلات المستخدمة فى الإنتاج ، وثبات أسعار الموارد والمدخلات كذلك.

٣ : علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير:

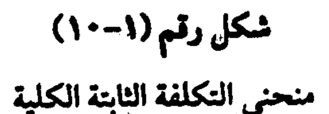
يمكن دراسة وتحليل علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير من خلال منهجين ، **الأول:** يركز على تحليل التكاليف الكلية للإنتاج التى تتحملها المنشأة خلال فترة زمنية محددة لإنتاج حجم محدد من السلعة أو الخدمة التى تنتجها المنشأة ، بينما يركز المنهج **الثانى** على تحليل تكلفة الوحدة المنتجة من السلعة أو الخدمة التى تنتجها المنشأة.

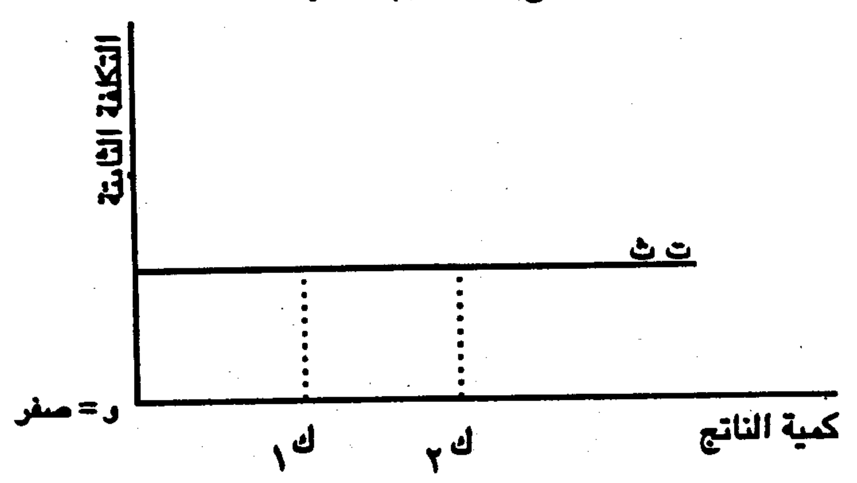
٣-١ : التكاليف الكلية للإنتاج :

اتضح من تحليل علاقات الإنتاج فى الأجل القصير فى الفصل السابق أن الإنتاج يتم باستخدام مدخلات إنتاج ثابتة ، ومدخلات إنتاج متغيرة . وبالتالى فإن تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير تنقسم إلى مجموعتين : تكاليف ثابتة وتكاليف متغيرة .

التكاليف الثابتة :

وفقاً لمفهوم التكاليف الثابتة يتم رسم منحنى التكاليف الثابتة فى شكل خط مستقيم موازى للمحور الأفقى، وذلك لأن هذه التكاليف لاتتغير مع تغير حجم الإنتاج ، كما فى الشكل رقم (١-١٠)، ومن ثم فإن التكاليف الثابتة عند حجم إنتاج صفر هى نفسها عند حجم الإنتاج وك١ هى نفسها عند حجم الإنتاج وك٢ .... وهكذا.





التكاليف المتغيرة :

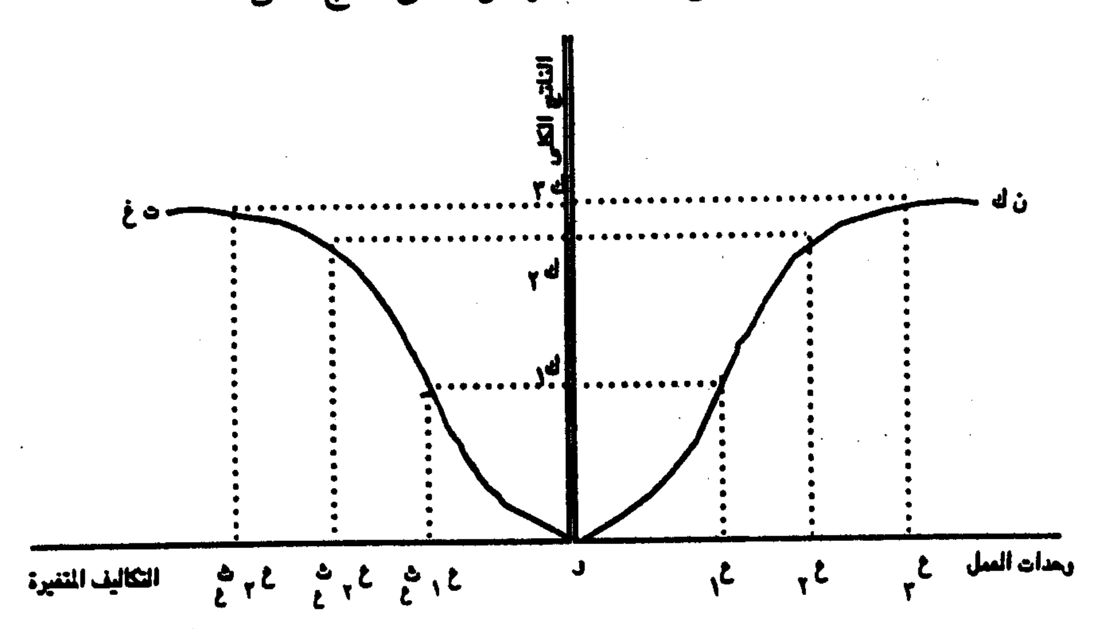
يمكن اشتقاق دالة التكاليف المتغيرة مباشرة من دالة إنتاج المنشأة فى الأجل القصير، فإذا تم رسم منحنى الناتج الكلى فى الجانب الأيمن من الشكل رقم (٢-١٠) حيث يمثل المحور الأفقى وحدات المدخل المتغير (العمل) ويمثل المحور الرأسى كميات الناتج الكلى، ويمثل المنحنى (ن ك) علاقة الناتج الكلى من المدخل المتغير (العمل) فى مرحلتى تزايد الغلة وتناقص الغلة[١].

وفى الجانب الأيسر سيمثل منحنى التكاليف المتغيرة ، حيث سيظل المحور الرأسى ممثلاً للناتج الكلى، بينما سيمثل المحور الأفقى التكاليف المتغيرة المقابلة لكل مستوى من مستويات الناتج الكلى. فعند تشغيل المنشأة عدد من وحدات العمل وليكن ع$_1$ فإنها تحصل على ناتج كلى يعادل الكمية ك$_1$ ، وبمعرفة سعر وحدة العمل ث$_ع$ يمكن الحصول على التكاليف المتغيرة اللازمة لإنتاج الكمية ك$_1$ ، وذلك بضرب الكمية المستخدمة من العمل ع$_1$ فى سعر وحدة العمل ث$_ع$ فتكون التكاليف المتغيرة ع$_1$ ث$_ع$. وكذلك فعندما تقرر المنشأة زيادة تشغيل وحدات العمل إلى ع$_2$ فسيزداد

(١) تم استبعاد مرحلة الغلة السالبة حيث لن يتم الإنتاج في تلك المرحلة بأي حال من الأحوال طالما كانت قرارات المنتج رشيدة.

شكل رقم (٢-١٠)

اشتقاق منحنى التكلفة المتغيرة من منحنى الناتج الكلى



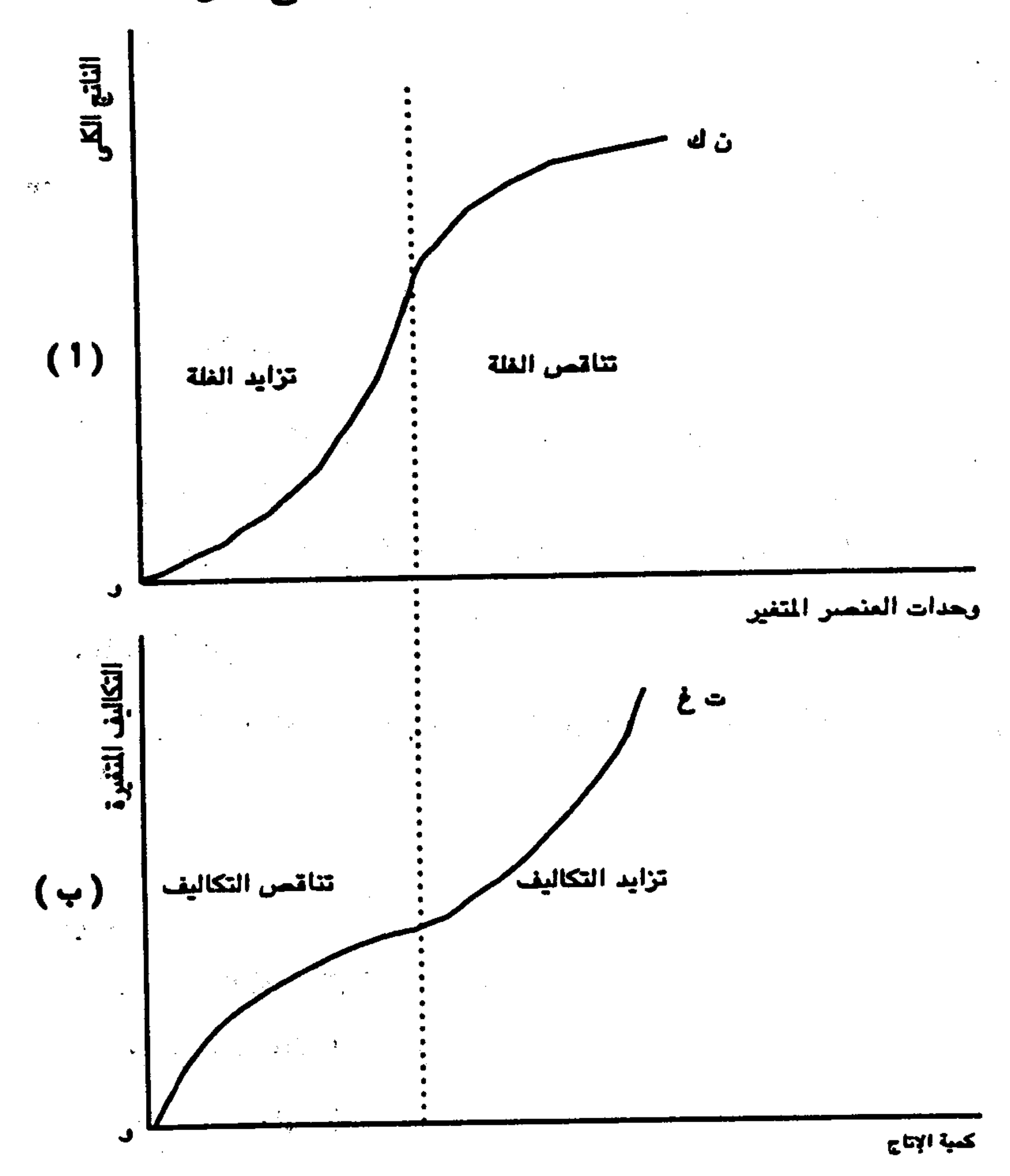
الإنتاج الكلى ليصبح ك$_{٢}$ وتكون التكاليف المتغيرة المقابلة لهذا الحجم من الإنتاج ع$_{٢}$ ث$_{ع}$. وإذا تم زيادة تشغيل العمل مرة أخرى إلى ع$_{٣}$ فسيزداد الإنتاج الكلى ليصبح ك$_{٣}$ وتكون التكلفة المتغيرة المقابلة ع$_{٣}$ ث$_{ع}$ ، .... وهكذا.

ويلاحظ أنه عند نقطة الصفر حيث تتوقف المنشأة عن الإنتاج تكون وحدات (ع) والإنتاج (ك) وكذلك التكاليف المتغيرة (ت غ) مساوية للصفر.

وبالتدقيق فى الشكل رقم (٢-١٠) نلاحظ أن منحنى ت غ هو مرآة تعكس منحنى ن ك ،فإذا رسمنا منحنى ن ك فى الجانب الأيمن وقمنا بوضع مرآة على حافتها على المحور الرأسى ليكون وجهها فى اتجاه الجانب الأيمن، لوجدنا أن الشكل الظاهر فى المرآة هو الجانب الأيسر والذى يعكس منحنى ن ك إن هو إلا منحنى ت غ. وإذا تم فصل الجانب الأيسر من الشكل (٢-١٠) ودورانه فى اتجاه عقرب الساعة بمقدار ٩٠° نحصل على منحنى التكلفة المتغيرة كما هو ظاهر فى الشكل رقم (٣-١٠).

شكل رقم (٣-١٠)

الانعكاس بين التكاليف المتغيرة الكلية والناتج الكلى



وبالتـالي يمكن القـول بأن سلوك دالة التكاليـف المتغيـرة يكون دائمـاً انعكاس لسلوك دالة الإنتـاج، فقـد لاحظنا عند تحليل دالة الإنتـاج أن الناتج الكلى يتـزايد فى المرحلة الأولى للإنتـاج (مـرحلـة تزايد الغلة) بمعـدلات سـريعـة كلمـا زاد تشـغـيل مدخلات الإنتاج المتـغيرة ، ومن ثم فإن تكاليف الإنتاج المتـغيرة فى تلك المرحلة تزيد كلما زاد حـجم الإنتاج ، ولكن بمعدلات بطيـئة أو معـدلات متناقصـة . وفى مرحلة

الإنتاج الثانية (مرحلة تناقص الغلة) وجدنا أن الناتج الكلى يتزايد بمعدلات بطيئة كلما زاد تشغيل مدخلات الإنتاج المتغيرة ، ومن ثم فإن تكاليف الإنتاج المتغيرة فى تلك المرحلة تتزايد كلما زاد حجم الإنتاج ولكن بمعدلات سريعة أو معدلات متزايدة. وذلك كما يتضح من الشكل البيانى رقم (٣-١٠/ ب).

عندما نرسم منحنى التكاليف المتغيرة نجد أنه يبدأ من نقطة الصفر، وذلك لأنه عند توقف المنشأة عن الإنتاج لاتتحمل أى نوع من التكاليف المتغيرة، ولكن عندما تبدأ المنشأة الإنتاج فإنها تتحمل التكاليف المتغيرة والتى تزيد مع زيادة حجم الإنتاج، ومن ثم يكون منحنى التكلفة المتغيرة منحنى ذو ميل موجب، ولكن هذا الميل يكون متناقص فى البداية (فى مرحلة تزايد الغلة) ، ثم يأخذ الميل بعد ذلك فى التزايد (فى مرحلة تناقص الغلة)، وذلك كما يوضحه الشكل رقم (٣-١٠).

التكاليف الكلية :

تمثل التكلفة الكلية مجموع التكاليف الثابتة الكلية والتكاليف المتغيرة الكلية ، أى أن :

ت ك = ت ث + ت غ

حيث :

ت ك = التكلفة الكلية

ت ث = التكلفة الثابتة الكلية.

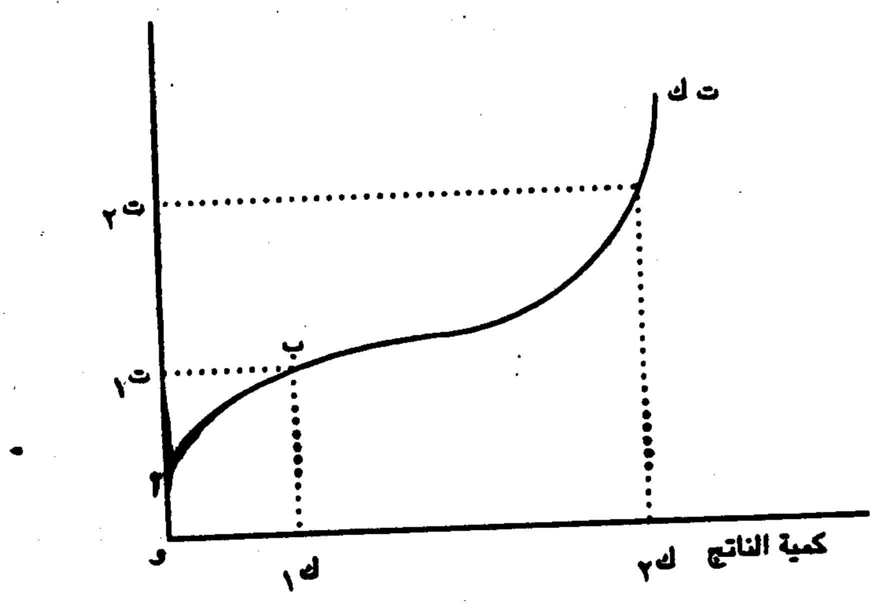
ت غ = التكلفة المتغيرة الكلية .

ويوضح شكل (٤-١٠) منحنى التكلفة الكلية . حيث تقاس التكلفة على المحور الرأسى، ويقاس الناتج على المحور الأفقى. فعندما يكون الناتج (ك) صفراً، تكون التكلفة الكلية موجبة ، لأنه حتى إذا كان المشروع لاينتج شيئاً فإنه يتحمل التكاليف الثابتة ، وتمثل التكاليف الثابتة بالمسافة الرأسية (و أ). وعند كمية الناتج (ك١) تساوى التكلفة الكلية لإنتاج هذا الناتج المساحة الرأسية من تلك

النقطة على المحور الأفقى إلى النقطة (ب) على منحنى التكلفة الكلية. وتعادل التكلفة الكلية عند حجم الإنتاج ك١ المسافة و ت١ ، فإذا كانت التكلفة الثابتة تعادل و أ فإن التكلفة المتغيرة المقابلة لحجم الإنتاج ك١ تعادل المسافة أ ت١. وعند حجم الإنتاج ك٢ تعادل التكلفة الكلية المسافة و ت٢ ، وإذا كانت التكلفة الثابتة تعادل و أ فإن التكلفة المتغيرة المقابلة لحجم الإنتاج ك٢ تعادل المسافة أ ت٢ ، ... وهكذا يمكن حساب التكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة والتكاليف الكلية عند أى حجم إنتاج من خلال منحنى التكلفة الكلية كما فى الشكل (٤-١٠).

شكل رقم (٤-١٠)

منحنى التكلفة الكلية



٣-٢ : تكلفة الوحدة (التكاليف المتوسطة):

تمثل تكلفة الوحدة الأساس فى تقييم نشاط أى منشأة إنتاجية ، حيث تستخدم كأساس للمقارنة بين الوحدات الإنتاجية ذات النشاط المتجانس من حيث كفاءة الإنتاج أو كفاءة التكاليف، وكذلك تستخدم كأساس للتسعير فى المنشآت ، وتمثل تكلفة الوحدة المنتجة من السلعة متوسط نصيب الوحدة من المُنتَج من التكاليف الكلية الثابتة أو المتغيرة ، وتحسب على النحو التالى.

متوسط التكاليف الكلية (تكلفة الوحدة) :

تساوى التكلفة المتوسطة الكلية إجمالى تكلفة الوحدةمن المنتج (سلعة ، خدمة) الذى تقوم المنشأة بإنتـاجه وتعرف أيضاً "بتكلفة الوحدة" ، ونحصل عليهـا بقسمة إجمالى التكاليف على عدد وحدات الناتج ، أى أن :

$$\text{م ت ك} = \frac{\text{ت ك}}{\text{ك}}$$

حيث : م ت ك = التكلفة الكلية المتوسطة

ك = عدد وحدات الناتج .

ونظراً لأن التكلفة الكليـة يمكن تقسيـمها إلى عناصر ثابتـة ومتغيـرة ، فإنه يمكن تقسيم متوسط التكلفة الكلية كذلك[1] ، أى أن :

متوسط التكلفة الكلية = متوسط التكلفة الثابتة + متوسط التكلفة المتغيرة.

ويمكن حساب متوسط التكلفة الثابتة ومتوسط التكلفة المتغيرة بقسمة كلٍ منهما على حجم الإنتاج ، على النحو التالى:

متوسط التكلفة الثابتة :

تحسب بقسمة التكاليف السكانية الكلية على حجم الإنتاج على النحو التالى :

$$\text{م ت ث} = \frac{\text{ت ث}}{\text{ك}}$$

حيث أن :

م ت ث = متوسط التكلفة الثابتة ، أو نصيب الوحدة المنتجة من التكلفة الثابتة.

---

(١) أى أن متوسط التكلفة الكلية = متوسط التكلفه الثابتة + متوسط التكلفة المتغيرة .

$$\text{م ت ك} = \frac{\text{ت ث + ت غ}}{\text{ك}}$$

$$\text{م ت ك} = \text{م ت ث} + \text{م ت غ}$$

متوسط التكلفة المتغيرة:

تحسب بقسمة التكاليف المتغيرة الكلية على حجم الإنتاج على النحو التالى:

$$م\,ت\,غ = \frac{ت\,غ}{ك}$$

حيث أن :

م ت غ = متوسط التكلفة المتغيرة ، أو نصيب الوحدة المنتجة من التكلفة المتغيرة .

وبعد تقسيم تكلفة الوحدة من المُنتَّج إلى تكاليف ثابتة ومتغيرة تقسيم مفيد ، لأن التكاليف الثابتة للوحدة ستنخفض دائماً وفى جميع الأحوال مع زيادة عدد الوحدات المنتجة من السلعة أو الخدمة، بينما قد تنخفض التكاليف المتغيرة للوحدة أو ترتفع بناءً على ظروف الإنتاج فيما إذا كانت تتم فى إطار مرحلة تزايد غلة الحجم أم تتم فى إطار مرحلة تناقص غلة الحجم.

٣-٣ : التكلفة الحدية :

تعبر التكلفة الحدية عن الزيادة فى التكلفة الكلية (أو فى التكلفة المتغيرة) نتيجة إنتاج وحدة واحدة إضافية من المُنتَّج (سلعة أو خدمة) ، وتحسب على النحو التالى:

$$ت\,ح = \frac{\Delta\,ت\,ك}{\Delta\,ك} = \frac{\Delta\,ت\,غ}{\Delta\,ك}$$

حيث :

ت ح = التكلفة الحدية .

Δ ت ك = التغير فى التكلفة الكلية.

Δ ت غ = التغير فى التكلفة المتغيرة .

Δ ك = التغير فى حجم الإنتاج .

يمكن تحليل العلاقات القائمة بين تكاليف الإنتاج فى المنشأة من خلال التكاليف الكلية والمتوسطة والحدية. وتمثل كل هذه المتغيرات الاقتصادية دوال فى مستوى الناتج أو كمية الإنتاج (ك) .

التكلفة الحدية والتكلفة الإضافية :

التكلفة الحدية كما تم تعريفها تشير إلى مقدار التغير فى التكلفة الكلية أو التكلفة المتغيرة نتيجة لزيادة الإنتاج بوحدة واحدة فقط. ولكن هناك أسباب عديدة تضطر المنشآت إلى زيادة الإنتاج بدفعات أو أحجام معينة وليس بمقدار وحدة واحدة، ولذلك يظهر مفهوم آخر وهو التكلفة الإضافية Incrementel Cost ، وهى تمثل تكلفة الدفعة المضافة إلى الإنتاج، أى أنها تمثل مقدار الزيادة فى التكاليف الكلية أو المتغيرة نتيجة زيادة إنتاج المنشأة بدفعة إضافية أو بكمية إضافية .

وبالتالي فإن التكاليف الإضافية تمثل مفهوماً أوسع من التكلفة الحدية ، فبينما تشير التكلفة الحدية إلي تكلفة زيادة الناتج بوحدة واحدة ، تشير التكاليف الإضافية إلي تغيير طريقة الإنتاج أو تقديم خدمة جديدة ، وتشمل أية تغييرات في التكلفة نتيجة اتخاذ قرار ما. ويتم الاعتماد علي التكاليف الإضافية عند تقييم تغير السياسات أو تغير الخدمات.

ويتم اتخاذ قرارات الإنتاج والتسعير[1] في هذه الحالة علي أساس التكلفة الإضافية والتى تقارن بالإيرادات الإضافية ، حيث تمثل الإيرادات الإضافية مقدار الزيادة في الإيرادات المترتبة على زيادة الإنتاج بدفعة إضافية.

وفى ظل البيانات المتاحة فى الجدول (١٠-١) عن التكلفة الثابتة والتكلفة المتغيرة المقابلة لكميات مختلفة من الناتج ، يمكن حساب التكاليف الكلية ، والتكلفة الكلية المتوسطة ، والتكلفة المتغيرة المتوسطة ، والتكلفة الثابتة المتوسطة ، والتكلفة

(١) كما سيتضح من التحليل في الباب الثالث فإن قرارات الإنتاج والتسعير تتخذ علي أساس مقارنة التكلفة الحدية بالإيراد الحدي، وإن كانت هذه القاعدة تبسط التحليل النظري، إلا أن حالة التكلفة الإضافية والإيراد الإضافي تكون أقرب لما يحدث في الواقع في معظم منشآت الإنتاج.

الحدية لكل مستوى من الناتج . فإذا افترضنا أن التكاليف الثابتة الكلية والتكاليف المتغيرة الكلية التى تتحملها إحدى المنشآت فى الإنتاج أمكن تجميعها كما هى فى العمود رقم (٢) و(٣) من الجدول رقم (١-١٠) . فمن الممكن حساب التكاليف الكلية للإنتاج المقابلة لأى حجم من أحجام الإنتاج وذلك بجمع التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة نحصل على التكاليف الكلية كما تظهر فى العمود (٤) من الجدول (١-١٠).

جدول رقم (١-١٠)

علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير

كمية الإنتاج	التكلفة الثابتة الكلية	التكلفة المتغيرة الكلية	التكلفة الكلية	التكلفة الثابتة المتوسطة	التكلفة المتغيرة المتوسطة	التكلفة الكلية المتوسطة	التكلفة الحدية	مراحل الإنتاج
صفر	١١٢	-	١١٢	-	-	-	-	مراحلة تزايد الغلة
١	١١٢	٤٥	١٥٧	١١٢	٤٥	١٥٧	٤٥	
٢	١١٢	٧٥	١٨٧	٥٦	٣٧,٥	٩٣,٥	٣٠	
٣	١١٢	٩٥	٢٠٧	٣٧,٣	٣١,٧	٦٩	٢٠	
٤	١١٢	١٢٠	٢٣٢	٢٨	٣٠	٥٨	٢٥	
٥	١١٢	١٥٠	٢٦٢	٢٢,٤	٣٠	٥٢,٤	٣٠	حد التوسع
٦	١١٢	١٩٢	٣٠٤	١٨,٧	٣٢	٥٠,٧	٤٢	مرحلة
٧	١١٢	٢٣٨	٣٥٠	١٦	٣٤	٥٠	٤٦	
٨	١١٢	٢٨٨	٤٠٠	١٤	٣٦	٥٠	٥٠	الحجم الأمثل للإنتاج
٩	١١٢	٣٥١	٤٦٣	١٢,٤	٣٩	٥١,٤	٦٣	
١٠	١١٢	٤٢٠	٥٣٢	١١,٢	٤٢	٥٣,٢	٦٩	تناقص الغلة
١١	١١٢	٤٩٥	٦٠٧	١٠,٢	٤٥	٥٥,٢	٧٥	
١٢	١١٢	٥٧٦	٦٨٨	٩,٣	٤٨	٥٧,٣	٨١	

وتجدر الملاحظة أنه عندما لا تنتج المنشأة شيئاً (الكمية تساوى الصفر) تكون

التكلفة الكلية ١١٢ ، وهذا المقدار يعادل التكلفة الثابتة للإنتاج ، وهى التكلفة التى لاتتغير مع مستوى الناتج، وإذا طرحنا هذا المقدار من التكلفة الكلية المقابلة لأى حجم من أحجام الإنتاج ، سنحصل على التكلفة المتغيرة الكلية المقابلة لهذا الحجم من الإنتاج.

وتحسب التكلفة الثابتة المتوسطة بقسمة التكلفة الثابتة على الكمية المنتجة عند كل مستوى ناتج ما عدا الصفر ، كما تظهر نتائج ذلك فى العمود رقم (٥) من الجدول (١-١٠) ، ويلاحظ أن م ت ث تتناقص باستمرار مع زيادة حجم الإنتاج، طالما أن التكاليف الثابتة الكلية لا تتغير مع مستوى الناتج ، من ثم تنخفض التكلفة الثابتة المتوسطة مع زيادة الناتج ، إذ أن التكاليف الثابتة الكلية ستتوزع على عدد أكبر من وحدات الناتج.

وتحسب التكلفة المتغيرة المتوسطة بقسمة التكلفة المتغيرة الكلية على الكمية المنتجة عند كل مستوى ناتج ما عدا الصفر، كما تظهر نتائج ذلك فى العمود رقم (٦) من الجدول (١-١٠) ، ويلاحظ أن م ت غ تتناقص إلى أن تصل أدنى قيمة لها عند حجم الإنتاج ٥ وحدات ثم تتزايد مرة أخرى كلما زاد حجم الإنتاج، وذلك لأنه فى الأجل القصير عندما تكون بعض عوامل الإنتاج ثابتة يحتمل أن تنخفض التكاليف المتغيرة المتوسطة ثم ترتفع مع زيادة الناتج، ويرجع هذا إلى قانون تناقص الغلة . ففى ظل ثبات رصيد رأس المال، وزيادة قوة العمل، فإن التخصص والاستخدام الكفء للموارد يعنى أن الناتج قد يزيد سريعاً فى البداية ، مما يؤدى إلى انخفاض التكلفة المتغيرة المتوسطة ، إلا أنه مع الإقتراب من قيود الطاقة الإنتاجية، قد يصبح إنتاج وحدات إضافية من الناتج أكثر تكلفة، فمثلاً قد تظهر الحاجة إلى العمل فى النوبات الليلية وعطلات نهاية الأسبوع، وهكذا فإن التكاليف المتغيرة المتوسطة قد تبدأ فى الارتفاع.

وتحسب التكلفة الكلية المتوسطة بقسمة التكلفة الكلية على الكمية المنتجة عند

كل مستوى ناتج ما عدا الصفر، أو بجمع متوسط التكلفة الثابتة ومتوسط التكلفة المتغيرة ، كما تظهر نتائج ذلك فى العمود رقم (٧) من الجدول (١-١٠) ، ويلاحظ أن م ت ك تتناقص إلى أن تصل أدنى قيمة لها عند حجم الإنتاج ٨وحدات ثم تتزايد مرة أخرى كلما زاد حجم الإنتاج.

وأخيراً، تحسب التكلفة الحدية بحساب "الفرق" بين أرقام التكلفة الكلية لكل وحدة إضافية من الناتج. فمثلاً عندما تزيد الكمية المنتجة من ٣ وحدات إلى ٤ وحدات ، تزيد التكلفة الكلية من ٢٠٧ إلى ٢٣٢، وباتالى فإن التكلفة الحدية لإنتاج الوحدة الرابعة يعادل ٢٣٢ - ٢٠٧= ٢٥.

ويلاحظ أنه عندما تتزايد التكلفة الكلية ببطء مع زيادة الناتج ، فستكون التكلفة الحدية متناقصة، أما عندما تتزايد التكلفة الكلية بشدة مع زيادة الناتج فستكون التكلفة الحدية متزايدة.

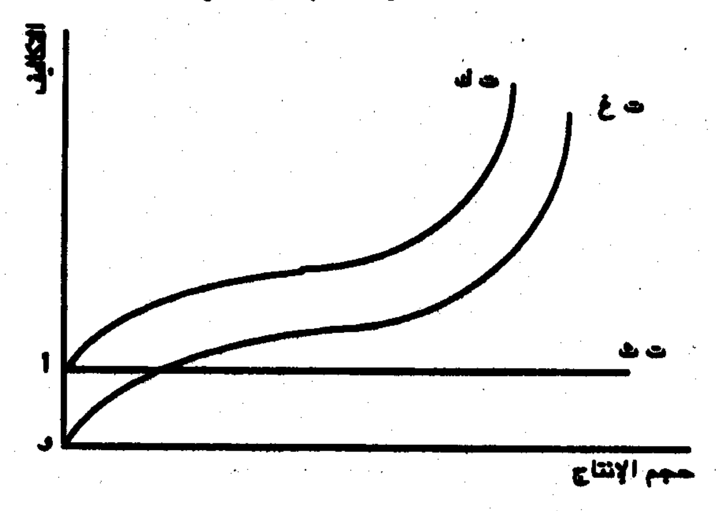
٣-٤: علاقات التكاليف الثابتة والمتغيرة والكلية :

يمكن تمثيل بيانات الأعمدة (١) ، (٢) ، (٣) ، (٤) من الجدول (١-١٠) فى شكل بيانى يظهر علاقات التكاليف الكلية والتكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة ، على النحو المبين بالشكل رقم (٥-١٠) .

يوضح الشكل (٥-١٠) علاقات التكاليف الكلية والتكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة فى المنشأة ،ففى هذا الشكل يمثل المنحنى ث ث منحنى التكلفة الثابتة ويأخذ شكل خط مستقيم موازى للمحور الأفقى مما يعنى أن التكلفة الثابتة عند جميع أحجام الإنتاج واحدة لاتتغير وتعادل المسافة و أ . ويمثل المنحنى ت غ منحنى التكلفة المتغيرة ، ويبدأ هذا المنحنى من نقطة الصفر ويتزايد باستمرار مع زيادة حجم الإنتاج، ولكنه يمر بمرحلتين تبدأ الأولى مع بداية الإنتاج حيث يتزايد بمعدلات بطيئة (متناقصة)، بعد ذلك يستمر فى التزايد ولكن بمعدلات سريعة (متزايدة) . ويمثل المنحنى ت ك منحنى التكاليف الإجمالية التى تتحملها المنشأة، ويشتق عن طريق الجمع الرأسى لمنحنى التكلفة الثابتة والتكلفة المتغيرة ، ويبدأ من التكلفة الثابتة على

شكل رقم (٥-١٠)

علاقات التكاليف الثابتة والمتغيرة والكلية



المحور الرئيسى وهذا يعنى أن التكلفة الكلية عند حجم الإنتاج صفر تعادل التكلفة الثابتة ، وبعد ذلك يتزايد منحنى التكلفة الكلية باستمرار مع زيادة الإنتاج ولكنه يمر بمرحلتين حيث يبدأ فى التزايد مع بداية الإنتاج . ولكن بمعدلات بطيئة (متناقصة) ، ثم يستمر فى التزايد ولكن بمعدلات سريعة (متزايدة).

ويلاحظ أن منحنى ت ك يكون موازى تماماً لمنحنى ت غ عند جميع أحجام الإنتاج، وذلك لأن الفرق بينهما هو التكلفة الثابتة عند جميع أحجام الإنتاج، ومن ثم فإن ميل منحنى التكلفة المتغيرة يكون هو نفس ميل منحنى التكلفة الكلية عند أى حجم من أحجام الإنتاج .

٥-٣ : علاقات التكلفة المتوسطة والتكلفة الحدية :

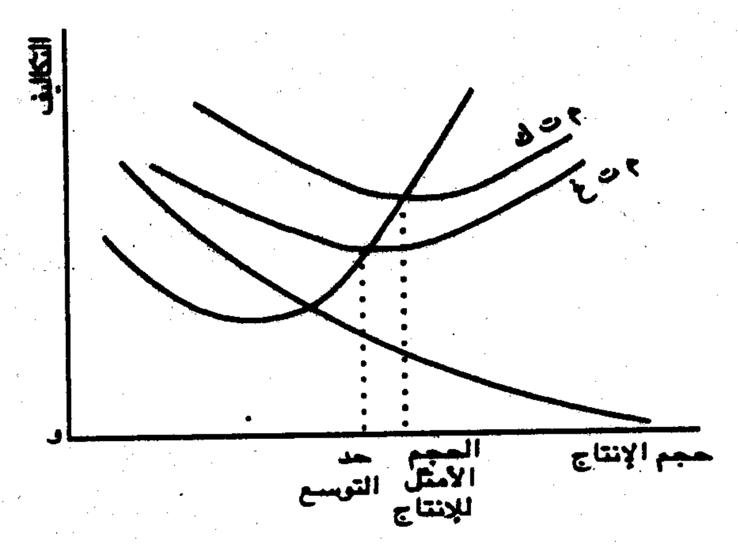
يمكن تمثيل بيانات الأعمدة (١) ، (٥) ، (٦) ، (٧) ، (٨) من الجدول (١-١٠) فى شكل بيانى يظهر علاقات التكاليف المتوسطة والتكلفة الحدية على النحو المبين بالشكل (٦-١٠).

يوضح الشكل (٦-١٠) علاقات التكاليف المتوسطة والتكلفة الحدية فى المنشأة، حيث يمثل المنحنى م ت ث منحنى متوسط التكلفة الثابتة ، وهو منحنى هابط من

أعلى إلى أسفل دلالة على تناقص م ت ث باستمرار مع زيادة حجم الإنتاج ، ويمثل المنحنى م ت غ متوسط التكلفة المتغيرة وهو منحنى يأخذ اتجاه هابط مع زيادة الإنتاج إلى أن تصل أدنى قيمة لها ثم يأخذ اتجـــاه صاعد مع زيادة الإنتاج بعد هذا الحجم.

شكل رقم (٦-١٠)

علاقات التكاليف المتوسطة والتكلفة الحدية



ويمثل المنحنى م ت ك متوسط التكلفة الكلية ويشتق عن طريق الجمع الرأسى لمنحنى متوسط التكلفة الثابتة ومتوسط التكلفة المتغيرة ، ويأخذ هذا المنحنى اتجاه هابط مع زيادة الإنتاج حتى تصل أدنى قيمة لها ثم يأخذ اتجاه صاعد مع زيادة الإنتاج بعد هذا الحجم ، وهو يأخذ شكل منحنى م ت غ ولكنه يكون أعلى منه عند جميع أحجام الإنتاج ، مع تقاربها كلما زاد حجم الإنتاج.

ويلاحظ أن المسافة الرأسية بين منحنى م ت ك ومنحنى م ت غ تضيق كلما زاد حجم الإنتاج، وتفسير ذلك أن هذه المسافة تمثل م ت ث وهى متناقصة كما علمنا مع زيادة حجم الإنتاج .

ويمثل المنحنى ت ح منحنى التكلفة الحدية ويلاحظ أنه هابط فى البداية مع زيادة حجم الإنتاج إلى أن تصل إلى أدنى قيمة لهـا ، ثم يأخذ اتجاه صاعد مع زيادة الإنتاج بعد ذلك الحجم ، ويلاحظ أن الجزء الصاعد من منحنى التكلفة الحدية يقطع منحنى

متوسط التكلفة المتغيرة فى أدنى نقطة على هذا المنحنى، ويطلق على حجم الإنتاج المقابل لهذه النقطة **حد التوسع** ويمثل الحد الفاصل بين مرحلة تزايد الغلة وبين مرحلة تناقص الغلة لإنتاجية المنشأة . وكذلك يقطع منحنى التكلفة الحدية منحنى متوسط التكلفة الكلية فى أدنى نقطة لهذا المنحنى ويطلق على حجم الإنتاج المقابل لهذه النقطة **الحجم الأمثل للإنتاج** وهو الحجم الذى تصل عنده تكلفة إنتاج الوحدة (التكلفة المتوسطة الكلية) أدنى قيمة لها.

ويمكن الخروج بنتيجة هامة من تحليل علاقات التكلفة المتوسطة والتكلفة الحدية وهى أنه إذا أدى إنتاج وحدة إضافية من الناتج إلى انخفاض التكلفة المتوسطة ، فإن هذا يعنى أن التكلفة الإضافية لإنتاج هذه الوحدة (التكلفة الحدية) يجب أن تكون أقل من المتوسط السابق. وكذلك إذا أدى إنتاج وحدة إضافية من الناتج إلى زيادة التكلفة المتوسطة ، فإن هذا يعنى أن التكلفة الحدية لإنتاج وحدة إضافية من الناتج يجب أن تكون أعلى من المتوسط السابق.

وللتعبير عن ذلك بطريقة أخرى، نقول إنه إذا كانت التكلفة الحدية أعلى من التكلفة المتوسطة فإن التكلفة المتوسطة لابد أن تكون متزايدة ، وعندما تكون التكلفة الحدية أقل من التكلفة المتوسطة ، لابد أن تكون التكلفة المتوسطة متناقصة، ويترتب على ذلك أنه لو كان منحنى التكلفة المتوسطة له نهاية صغرى، فإن منحنى التكلفة الحدية يجب أن يقطع منحنى التكلفة المتوسطة عند نقطة النهاية الصغرى لمنحنى التكلفة المتوسطة .

ويترتب على دراسة العلاقة بين التكلفة المتغيرة المتوسطة والتكلفة الحدية نتيجة مفيدة جداً ، فقد تكون فى حالة ثبات التكلفة المتغيرة المتوسطة بعد مدى معين من الناتج. وهكذا فإن التكاليف المتغيرة المرتبطة بإنتاج وحدة إضافية ستكون كما هى خلال هذا المدى من الناتج . ولكن التكلفة الحدية تمثل طريقة أخرى لوصف التكاليف المتغيرة المرتبطة بإنتاج وحدة واحدة من الناتج ، وهكذا فإنه إذا كانت

التكلفة المتغيرة المتوسطة ثابتة ، فإن التكلفة الحدية ستساوى التكلفة المتغيرة المتوسطة .

٤ : الانعكاس بين التكاليف والإنتاج :

اتضح لنا من تحليل الشكل (٢-١٠) أن منحنى التكاليف المتغيرة الكلية إن هو إلا انعكاس لمنحنى الناتج الكلى، كذلك فإن التكاليف المتوسطة المتغيرة والتكلفة الحدية إن هما إلا انعكاس لمنحنى الناتج المتوسط والناتج الحدى، ولا يتوقف الأمر عند ذلك بل أن العلاقة بين متوسط التكاليف المتغيرة والتكلفة الحدية هى انعكاس كذلك للعلاقة بين الناتج المتوسط والناتج الحدى. وباعتبار العمل هو مدخل الإنتاج المتغير في المنشأة فإن التكاليف المتغيرة تعادل (الكمية المستخدمة من العمل مضروبة في سعر وحدة العمل (ع $\text{ث}_{\text{ع}}$).

بحساب متوسط التكلفة المتغيرة :

$$\text{م ت غ} = \frac{\text{ت غ}}{\text{ك}} = \frac{\text{ع ث}_{\text{ع}}}{\text{ك}} = \frac{\text{ع}}{\text{ك}}\ \text{ث}_{\text{ع}}$$

وحيث أن $\frac{\text{ع}}{\text{ك}}$ إن هو إلا مقلوب الناتج المتوسط

$$\text{م ت غ} = \frac{1}{\text{ن م}} \times \text{ث ع} = \frac{\text{ث ع}}{\text{ن م}}$$

أى أن متوسط التكلفة المتغيرة يعادل مقلوب الناتج المتوسط مضروباً فى ثمن وحدة المدخل المتغير والذى يمثله مدخل العمل فى الحالة التى يتم عليها التحليل.

وبحساب التكلفة الحدية :

$$\text{ت ح} = \frac{\Delta\,\text{ت غ}}{\Delta\,\text{ك}} = \frac{\Delta\,\text{ع ث}_{\text{ع}}}{\Delta\,\text{ك}} = \frac{\Delta\,\text{ع}}{\Delta\,\text{ك}}\ \text{ث}_{\text{ع}}$$

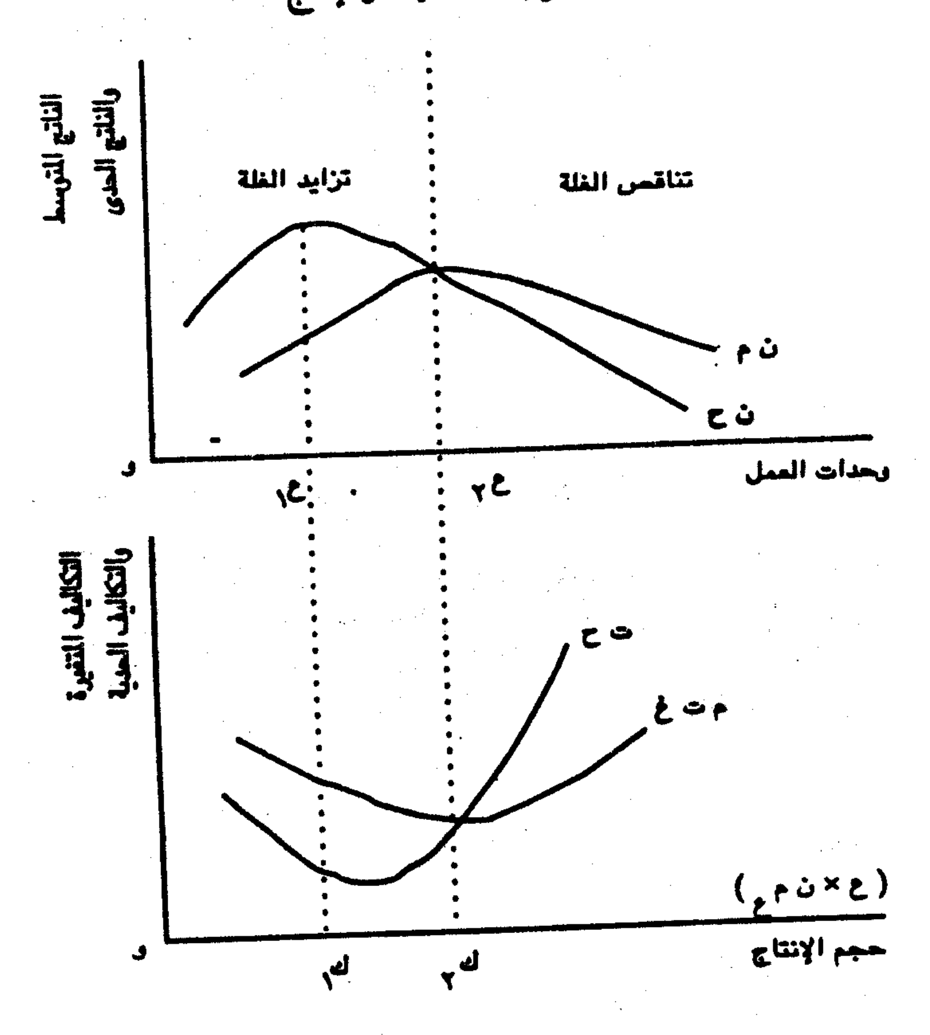
وحيث أن $\frac{\Delta ع}{\Delta ك}$ إن هو إلا مقلوب الناتج الحدى

$$ت ح = \frac{1}{ن ح} \quad ث_ع = \frac{ث_ع}{ن ح}$$

أى أن التكلفة الحدية تعادل مقلوب الناتج الحدى مضروباً فى ثمن الوحدة من المدخل المتغير والذى يمثله مدخل العمل فى الحالة التى يتم عليها التحليل.

شكل رقم (٧-١٠)

الانعكاس بين التكاليف والإنتاج



فإذا رسمنا العلاقـة بين الناتج المتوسط والناتج فى الجزء الأعلى من الشكل رقم (٧-١٠) . وإذا وضعنا مرآة على حافتها على المحور الأفقى ليكون وجهها إلى الجزء الأعلى من الشكل، لوجدنا الشكل الظاهر فى المرآة هـو الجزء الأسفل من الشكل إن هو إلا علاقة منحنى م ت غ ، ت ح والذى يعكس علاقة منحنى ن م ، ن ح .

٥: مرونة التكاليف :

تعرف مـرونة التكاليف الكليـة بأنها التغـير النسـبى فى التكاليف الكليـة المقابل لتغير نسبى فى حجم الإنتاج ، وتحـسب مرونة التكاليف الكلية بحسب هذا التعريف بقسمة نسبة التغير فى التكاليف الكلية على نسبة التغير فى حجم الإنتاج فى المنشأة :

$$\text{مر}_{\text{ت ك}} = \frac{\text{نسبة التغير فى التكاليف الكلية}}{\text{نسبة التغير فى حجم الإنتاج}}$$

$$= \frac{(\text{ت ك})_{٢} - (\text{ت ك})_{١}}{(\text{ت ك})_{١}} \div \frac{\text{ك}_{٢} - \text{ك}_{١}}{\text{ك}_{١}}$$

$$= \frac{\Delta \text{ت ك}}{\text{ت ك}} \times \frac{\text{ك}}{\Delta \text{ك}}$$

$$= \frac{\Delta \text{ت ك}}{\Delta \text{ك}} \times \frac{\text{ك}}{\text{ت ك}}$$

ويمكن إعادة كتابة المعادلة السابقة على النحو التالى:

$$\text{مر}_{\text{ت ك}} = \frac{\Delta \text{ت ك}}{\Delta \text{ك}} \div \frac{\text{ت ك}}{\text{ك}}$$

حيث أن :

$\text{مر}_{\text{ت ك}}$ = مرونة التكاليف الكلية

$$\text{التكلفة الحدية} = \frac{\Delta \text{ ت ك}}{\Delta \text{ ك}}$$

$$\text{التكلفة المتوسطة الكلية} = \frac{\text{ت ك}}{\text{ك}}$$

ومن ثم يمكن الوصول إلى صفية عامة لمرونة التكاليف الكلية، على الصورة التالية:

$$\text{مر}_{\text{ت ك}} = \frac{\text{ت . ح}}{\text{م ت ك}}$$

أي أنه يمكن حساب مرونة التكاليف الكلية بقسمة التكلفة الحدية علي متوسط التكلفة الكلية ، مع الأخذ في الاعتبار أن تكون التكلفة الحدية ومتوسط التكلية الكلية محسوبتان عند نفس النقطة علي منحني التكلفة الكلية ، أي تكون التكلفة الحدية والتكلفة المتوسطة الكلية يقابلان نفس الكمية من الإنتاج .

ويمكن الاعتماد علي مرونة التكاليف كمؤشر للتعرف علي مرحلة الإنتاج التي تعبر بها العملية الإنتاجية في المنشأة :

- عندما تكون مرونة التكاليف أقل من الواحد الصحيح (مر ت ك < ١) فإن ذلك يعني أن المنشأة تمر بمرحلة تناقص تكاليف حيث ت ح < م ت غ < م ت ك ، وهذا يعني أن العملية الإنتاجية تتم في مرحلة تزايد الغلة .
- وعندما تكون مرونة التكاليف مساوية للواحد الصحيح (مر ت ك = ١) ، فإن ذلك يعني أن العملية الإنتاجية في المنشأة تتم عند الحجم الأمثل للإنتاج ، حيث تكون ت ح = م ت ك .
- وعندما تكون مرونة التكاليف أكبر من الواحد الصحيح (مر ت ك > ١) فإن ذلك

يعني أن المنشـأة تمر بمرحلة تـزايد التكاليف، حـيث يكون ت ح > م ت ك ، وهذا يعني أن العملية الإنتاجية تتم في مرحلة تناقص الغلة.[1]

٦: أثر تغير محددات تكاليف الإنتاج فى الأجل القصير:

برغم افتراضنا السـابق بثبات محددات تكاليف الإنتاج فى الأجـل القصير ، إلا أن هذا الافتراض تم وضـعه للتبسيط والوصول إلى نتـائج محددة ، ولكن فى الواقع قد تتغـير تلك المحددات فى الأجل القـصير، وخاصـة فيما يخص أسـعار المدخلات وكذلك بالنسبة لتغير بعض بنود التكاليف الثابتة .

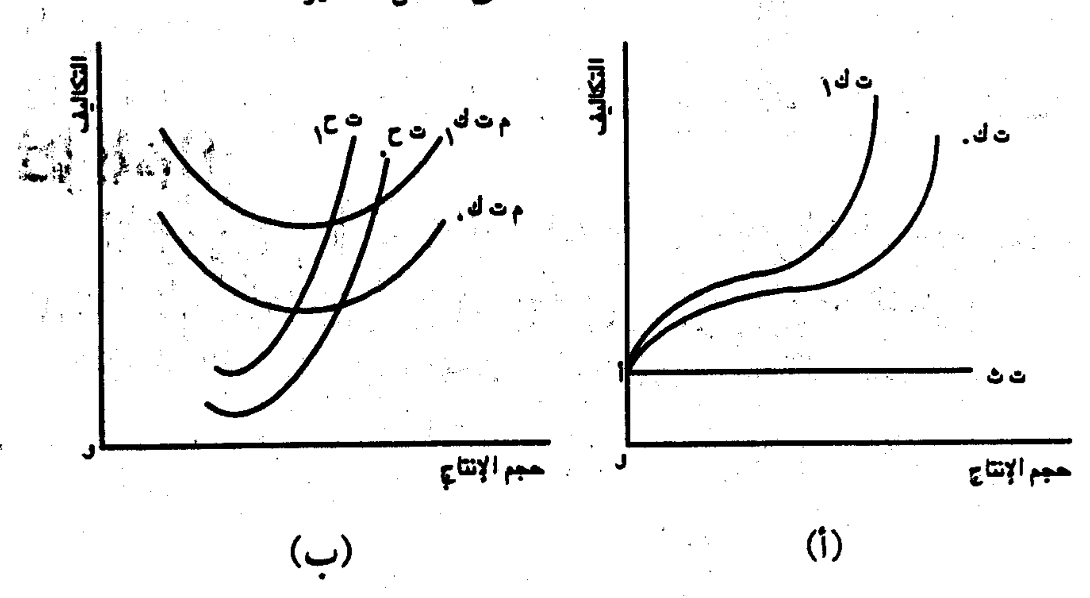
٦-١: تغير أسعار الموارد أو مدخلات الإنتاج المتغيرة:

يترتب على تغير أسعار مدخلات الإنتاج المتغـيرة تغير فى التكلفة المتغيرة الكلية وما يترتب على ذلك من تغير التكلفة الكلية ، وكذلك يترتب على ذلك تغير م ت غ

شكل (٨-١٠)

تغير أسعار المدخلات المتغيرة

وانتقالات منحنيات التكاليف فى الأجل القصير



(١) يجب مراعاة أنه عند أحجام الإنتاج بين التوسع والحجم الأمثل للإنتاج ستكون م ت ك < ١ ولكنها برغم ذلك تقع في مرحلة تزايد التكـاليف، وذلك لأنه عند هذا المدي من الإنتاج تكون م ت غ < م ت ك . وبالتالي فعندما تكون م ت ك < ١ يكون من الضروري حساب م ت غ ومقارنتها بالإنتاج.

والتكلفة الحدية ، وبالتالى تغير م ت ك . فعندما يرتفع سعر أحد مدخلات الإنتاج المتغيرة يترتب على ذلك زيادة تكاليف الإنتاج المتغيرة مع بقاء التكلفة الثابتة كما هى، وتكون نتيجة ذلك انتقال منحنى التكلفة الكلية إلى أعلى على النحو الموضح بالشكل (٨-١٠/أ) . وكذلك ينتقل منحنى متوسط التكلفة الكلية ومنحنى التكلفة الحدية لأعلى على النحو الموضح بالشكل (٨-١٠/ ب).

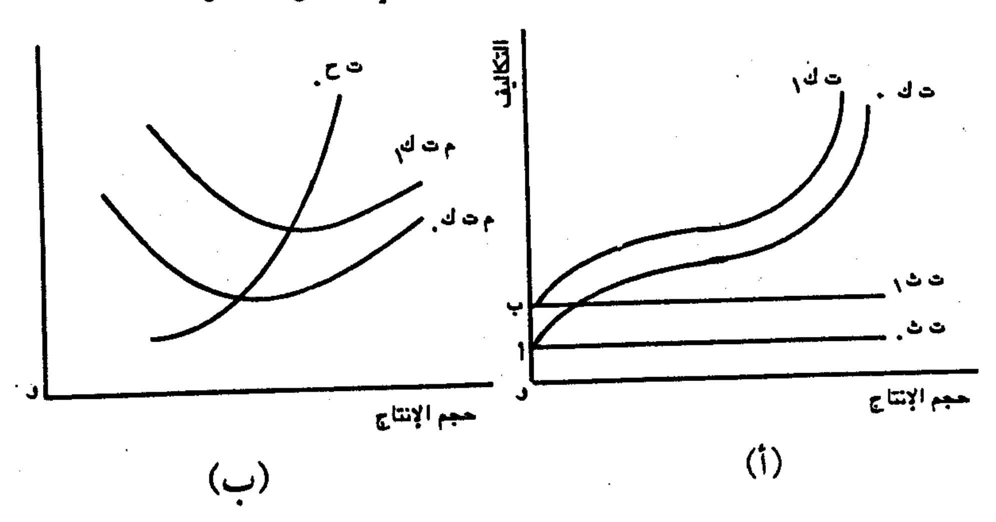
وعندما ينخفض سعر أحد المدخلات المتغيرة التى تستخدمها المنشأة يترتب على ذلك انخفاض التكلفة المتغيرة التى تتحملها المنشأة وبالتالى تخفيض التكلفة الكلية ، وكذلك ينخفض م ت غ والتكلفة الحدية ، وكذلك ينخفض م ت ك . وتكون انتقالات منحنيات التكاليف عكس تلك الانتقالات التى يمثلها الشكل (٨-١٠).

٦-٢ : تغير بعض بنود التكلفة الثابتة :

يمكن أن تحدث زيادة فى بعض بنود التكلفة الثابتة الكلية كأن ترفع الحكومة مقدار ضريبة إجمالية تخضع لها المنشأة ، أو ترتفع قيمة بعض عقود الصيانة الثابتة ، ولكن التكلفة المتغيرة الكلية تظل ثابتة ، فإن منحنى التكلفة الكلية سيحتفظ بنفس شكله ، ولكنه سيقطع المنحنى الرأسى عند نقطة أعلى، ولتكن (ب) ، كما يتضح فى شكل (٩-١٠) .

وهنا يوازى منحنى التكلفة الكلية الجديد منحنى التكلفة الكلية القديم، ولايتغير ميله الذى يمثل التكلفة الحدية عند أية نقطة، وذلك كما يتضح من الشكل (٩-١٠/ أ) وهكذا فإن التغير فى مستوى التكاليف الثابتة لا يؤثر على التكاليف الحدية، وهذه النتيجة واضحة تماماً. حيث أن التكلفة الحدية هى تكلفة إنتاج وحدة إضافية ، وإن مستوى التكاليف الثابتة لايمكن أن يؤثر على تكلفة إنتاج وحدة إضافية ، ولذلك فإن زيادة بعض بنود التكلفة الثابتة سيؤدى إلى زيادة متوسط التكلفة الكلية لينتقل إلى أعلى ليصبح م ت ك، بدلاً من م ت ك. فى حين يظل منحنى التكلفة الحدية مكانه دون أى تغير، وذلك كما يتضح من الشكل (٩-١٠/ ب).

شكل رقم (٩-١٠)
أثر التقدم التكنولوجي
علي منحنيات منحنيات التكاليف في الأجل القصير



وهذه النتيجة لها مضامين هامة بالنسبة لتسعير وحدات الطاقة الإنتاجية الزائدة . فإذا كان لدى المنشأة طاقة زائدة Spare Capacity يمكن أن تظل بدون استخدام فى الأجل القصير، فإنه من الأربح الحصول على سعر لايغطى التكلفة الكلية بالضرورة، طالما أنه يغطى التكلفة الحدية للإنتاج ويساهم ولو بنسبة بسيطة فى التكلفة الثابتة . فمثلاً إذا كان إنتاج تعاقدات المنشأة يتطلب ٩٠٪ من الطاقة المتاحة Available Capacity ، فإن النسبة الباقية (١٠٪) يمكن استخدامها لإنتاج تعاقدات منشآت أخرى بسعر أقل لتحقيق أى إسهام طالما أن التكاليف المتغيرة تكون قد غطيت.

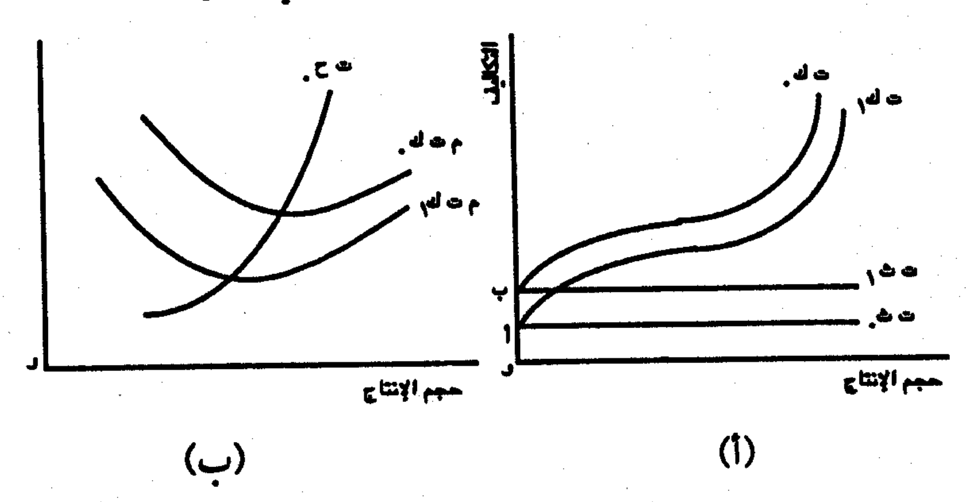
٦-٣ : التقدم التكنولوجي :

يتيح التقدم التكنولوجى إمكانية إنتاج مستوى معين من المُنتَّج باستخدام كميات أقل من الموارد، فمثلاً تخفض الآلات الطابعة الحديثة عدد ساعات العمل التى تتطلبها طباعة الصحف والكتب، وكذلك فإن استخدام الكمبيوتر والآلات الأتوماتيكية يؤدى إلى تحقيق خفض كبير فى وحدات العمل المستخدمة فى الإنتاج إضافة إلى ما يحدثه من وفر فى كميات المواد الخام المستخدمة بقدر ما تحققه تلك الأساليب من وفر فى الفاقد من المواد الخام أثناء عمليات الإنتاج .

وبالتـالى فإن التـقدم التكنولوجى يؤدى إلى انـتقال مـنحنيات التكاليف الكلـية للمنشأة إلى أسفل، كما يوضحه الشكل رقم (١٠-١٠).

شكل رقم (١٠-١٠)

أثر التقدم التكنولوجي على منحنيات التكاليف في الأجل القصير



(ب) (أ)

وهنا يوازى منحنى التكلفة الكلية الجديد منحنى التكلفة الكلية القديم، ولايتغير ميـله الذى يمثل التكلفة الحـدية عند أية نقطة، وذلك كـما يتـضح من الشكل (١٠-١٠/أ) وهكذا فـإن التـقـدم لايؤثر علي التـكاليف الحـدية ، ولذلك فـإن التـقـدم التكنولوجي سيؤدي إلي انخفاض متوسط التكلـفة الكلية لينتقل إلى أسفل ليصبح م ت ك١ بدلاً من م ت ك. في حين يظل منحنى التـكلفة الحـدية مكانه دون أى تغيـر، وذلك كما يتضح من الشكل (١٠-١٠/ ب).

٧ : علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل الطويل :

كما رأينا يمكن أن تـتغير كميات كل مـدخلات الإنتاج فى الأجل الطويل، ومن ثم لاتوجـد تكاليف ثابتـة ، أى أن كل التكاليف تصبـح متـغيـرة فى الأجل الطويل. وكما ذكرنا فى الـفصل السابق، يعتمد طول الفـترة التى تسمى بالأجل الطويل على طبيعـة عملية الإنتاج مـوضع الدراسة . وتعتبر عـلاقات التكاليف فى الأجل الطويل عنصراً هاماً فى استراتيجية التخطيط طويل الأجل فى المنشأة.

٧-١ : التكلفة الكلية فى الأجل الطويل:

يمكن اشتقاق منحنى التكاليف الكلية فى الأجل الطويل من دالة الإنتاج للمنشأة فى الأجل الطويل والتى تكون فيها جميع مدخلات الإنتاج متغيرة . ويتم ذلك بضرب سعر الوحدة من مدخل الإنتاج فى الكمية المستخدمة منه ، وبالتالى تحسب التكلفة الكلية المقابلة لأى حجم من أحجام الإنتاج على النحو التالى :

$$\text{ت} = \text{ث}_{\text{١}} \times \text{م}_{\text{١}} + \text{ث}_{\text{٢}} \times \text{م}_{\text{٢}} + \text{........} + \text{ث}_{\text{ن}} \times \text{م}_{\text{ن}}$$

حيث :

ت = التكلفة الكلية فى الأجل الطويل.

$\text{ث}_{\text{١}}$ ، $\text{ث}_{\text{٢}}$ ، ... ، $\text{ث}_{\text{ن}}$ = أسعار مدخلات الإنتاج ١ ، ٢ ، ..... ، ن.

$\text{م}_{\text{١}}$ ، $\text{م}_{\text{٢}}$ ، ..... ، $\text{م}_{\text{ن}}$ = الكميات المستخدمة من مدخلات الإنتاج ١ ، ٢ ، .... ، ن

١ ، ٢ ، .... ، ن = عدد مدخلات الإنتاج التى تستخدمها المنشأة .

فإذا رجعنا إلى الجدول (٢-٨) والذى يمثل دالة الإنتاج طويلة الأجل المنشأة ، وإذا علمنا أن سعر الوحدة من مدخل العمل هو ٢٠ جنيه ، وسعر الوحدة من مدخل رأس المال هو ٥٠ جنيه، فيمكننا الحصول تكاليف الإنتاج المقابلة لكل حجم من أحجام الإنتاج فى الأجل الطويل، وذلك باستخدام المعادلة السابقة. فمثلاً عند حجم المشروع رقم (١) تكون التكلفة الكلية طويلة الأجل ٢٧٠٠ جنيه (٢٠ × ١٠ + ٥٠ × ٥٠) ... وهكذا . وذلك كما يتضح من الجدول رقم (٢-١٠):

جدول رقم (٢-١٠)

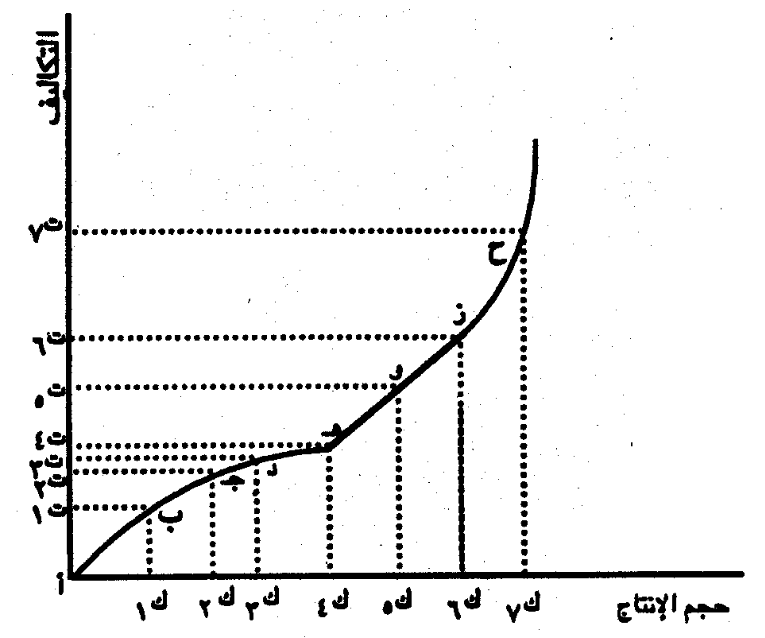
علاقات تكاليف الإنتاج فى الأجل الطويل

حالات حجم المشروع	كميات مدخل الإنتاج: العمل	رأس المال	حجم الإنتاج	التكاليف الكلية للإنتاج	نسبة الزيادة حجم الإنتاج	نسبة الزيادة التكاليف	التكاليف المتوسطة	التكاليف الحدية
١	١٠	٥٠	١٢٠	٢٧٠٠٠	-	-	٢٢,٥	٢٢,٥
٢	٢٠	١٠٠	٢٦٤	٥٤٠٠٠	٪١٢٠	٪١٠٠	٢٠,٤٥	١٨,٧٥
٣	٤٠	٢٠٠	٦٦٠	١٠٨٠٠٠	٪١٥٠	٪١٠٠	١٦,٤	١٣,٦
٤	٨٠	٤٠٠	١٣٢٠	٢١٦٠٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	١٦,٣٦	١٦,٣٦
٥	١٦٠	٨٠٠	٢٦٤٠	٤٣٢٠٠٠	٪١٠٠	٪١٠٠	١٦,٣٦	١٦,٣٦
٦	٣٢٠	١٦٠٠	٤٨٨٤	٨٦٤٠٠٠	٪٨٥	٪١٠٠	١٧,٧	١٩,٢٥
٧	٦٤٠	٣٢٠٠	٨٥٤٧	١٧٢٨٠٠٠	٪٧٥	٪١٠٠	٢٠,٢	٢٣,٦

ويمثل العمود رقم (٤) و (٥) فى الجدول رقم (٢-١٠) دالة التكاليف فى الأجل الطويل للمنشأة ، ويكون من الضرورى مراعاة أن المنشأة عندما تتوقف عن الإنتاج فى الأجل الطويل ، فإنها لا تتحمل أية تكاليف حيث لايكون هناك وجود لأية تكاليف ثابتة ، وبالتالى فإن دالة التكاليف الكلية تبدأ من نقطة الصفر، وتتزايد

شكل رقم (١١-١٠)

منحنى التكلفة الكلية للمنشأة فى الأجل الطويل



مع زيادة حجم المشروع باستمرار، ولكنها فى البداية تتزايد بمعدلات بطيئة (متناقصة)، ثم تتزايد بمعدلات ثابتة ، ثم تتزايد بمعدلات سريعة (متزايدة)، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١١- ١٠).

وتجدر الملاحظة أن شكل دالة التكاليف الكلية فى الأجل الطويل يشبه دالة التكاليف المتغيرة فى الأجل القصير، إلا أن الأسباب التى تفسر شكل كل منهما مختلفة تماماً. حيث يفسر قانون النسب المتغيرة (قانون تناقص الغلة) شكل دالة التكاليف المتغيرة فى الأجل القصير، بينما تفسر قوانين غلة الحجم شكل دالة التكاليف فى الأجل الطويل.

٧-٢ : التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل :

يتم اشتقاق هذا المنحنى بافتراض أن كل المدخلات يمكن أن تتغير، بما فيها رصيد رأس المال، وتمثل التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل تكلفة الوحدة من المُنتَج عند الأحجام المختلفة الممكنة للمشروع. وتحسب التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل بقسمة التكلفة الكلية فى الأجل الطويل على حجم الإنتاج ، أى أن :

$$\text{م ت ط} = \frac{\text{ت ك ط}}{\text{ك}}$$

حيث أن :

م ت ط = متوسط التكاليف فى الأجل الطويل.

ت ك ط = التكاليف الكلية فى الأجل الطويل.

ك = حجم (كمية) الإنتاج.

وسنحاول المقارنة بين تكلفة الوحدة بالنسبة للأحجام المختلفة للمنشأة ، فنجد أن التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل ستنخفض فى البداية مع تزايد حجم المنشأة ، حيث تستفيد من عناصر وفورات الحجم الكبير. وبعد ذلك تمر فترة لاتتحق فيها أية وفورات بالنسبة للتكاليف مع زيادة حجم المنشأة ، أى أن التكلفة المتوسطة فى الأجل

الطويل تصبح ثابتة ، وأخيراً، وعندما تصبح المنشأة كبيرة جداً ، تبدأ مشاكل زيادة الحجم في تحقيق أضرار الحجم، وتبدأ التكلفة المتوسطة في الأجل الطويل في الزيادة.

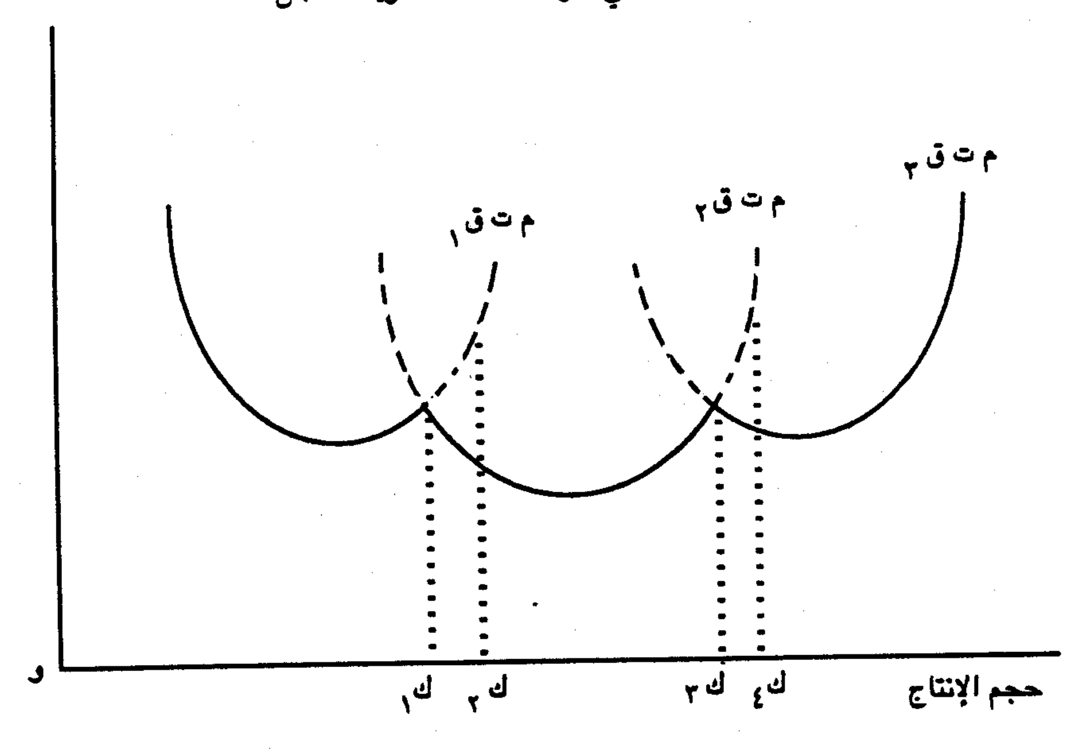
يتضح من تحليل تطور النمو والتوسع لأي مشروع بأنه عادة لايولد كبير ، إنما يبدأ بحجم صغير ويكبر هذا الحجم كلما توافرت للمشروع الفرصة والموارد اللازمة لذلك . فعندما يبدأ المشروع بحجم يمكنه من إنتاج طاقة قصوي ٥٠٠٠٠ وحدة تكون له منحنيات تكاليف قصيرة الأجل تمثل أحجام الإنتاج من (١ ، ٢ ، ٣ .... ، ٥٠٠٠٠) . وعندما يتسع حجم المشروع ليصل إلي حجم يمكنه من إنتاج طاقة قصوي ١٠٠٠٠٠ وحدة تكون له منحنيات تكاليف قصيرة الأجل جديدة تمثل أحجام الإنتاج من (١ ، ٢ ، ٣ ، .... ، ١٠٠٠٠٠) . وإذا توسع المشروع مرة أخري ليصل إلي حجم يمكنه من إنتاج طاقة قصوي ٢٠٠٠٠٠ وحدة تكون له منحنيات تكاليف قصيرة الأجل جديدة تمثل أحجام الإنتاج من (١، ٢، ٣، ....، ٢٠٠٠٠٠) .

ويأخذ منحني متوسط التكاليف قصير الأجل لكل حجم من أحجام المشروع شكل حرف U ، ويمكن تمثيل منحنيات متوسط التكاليف للأحجام الثلاث للمشروع علي النحو المبين بالشكل رقم (١٢-١٠) .

ويتضح من تحليل الشكل رقم (١٢-١٠) أن المنشأة عندما تخطط لإنتاج الأحجام في المدي (و ك١) وخاصة إذا كان الطلب المتوقع علي منتجها في السوق لايزيد عن ذلك فيكون الحجم رقم (١) للمشروع والذي يمثله منحني (م ت ق١) هو الحجم المناسب في هذه الحالة ، ولكن إذا كانت المنشأة تخطط لإنتاج أحجام أكبر من (و ك ١) فيجب أن تتوسع في حجم المشروع إلي الحجم رقم (٢) حتي يمكن خفض تكلفة الوحدة المنتجة ، ويتضح ذلك عند حجم الإنتاج (و ك ٢) ، حيث ستكون تكلفة إنتاج الوحدة عند هذا الحجم أقل من حجم المشروع رقم (٢) عنها لو تم إنتاجها في حجم المشروع رقم (١).

شكل رقم (١٢-١٠)

التمهيد منحني متوسط التكلفة طويلة الأجل



ويكون هذا الحجم الجديد ملائماً لإنتاج أي حجم من أحجام الإنتاج في المدي (و ك$_{١}$: و ك$_{٢}$) . ولكن إذا كانت المنشأة تخطط لإنتاج حجم إنتاج أكبر من الحجم (و ك$_{٢}$) فيكون من الملائم التوسع في حجم المشروع ليصل إلي الحجم رقم (٣) والذي يمثله منحني (م ت ق$_{٣}$) . حتي تتمكن من خفض تكلفة الوحدة المنتجة ، ويتضح ذلك عند حجم الإنتاج (و ك$_{٤}$) حيث يمكن إنتاج هذا الحجم في حجم المشروع رقم (٣) بتكلفة أقل للوحدة عما لو أنتجت في حجم المشروع رقم (٢) .

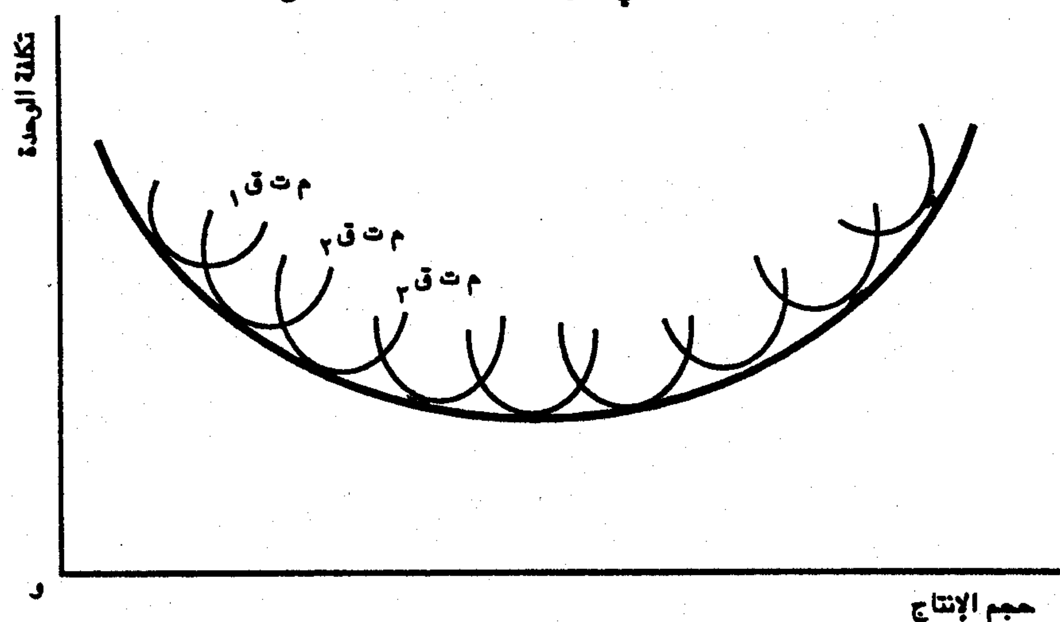
وحيث أن هناك عدد لانهائي من أحجام المشروع التي يمكن التخطيط لتنفيذها في الأجل لتتوافق مع ظروف الطلب المتوقعة علي مُنتَّج المشروع بافتراض أن هناك حالة من التوسع المستمر في الطلب علي مُنتَّج المشروع . فيكون هناك عدد لانهائي من منحنيات متوسط التكاليف قصير الأجل.

ويمثل منحني متوسط التكاليف طويلة الأجل المنحني المغلف لجميع منحنيات

متوسط التكاليف قصيرة الأجل المقابلة لجميع الأحجام الممكنة للمشروع، كما يتضح من الشكل رقم (١٣-١٠).

شكل رقم (١٣-١٠)

اشتقاق منحني المتوسط التكلفة طويلة الأجل



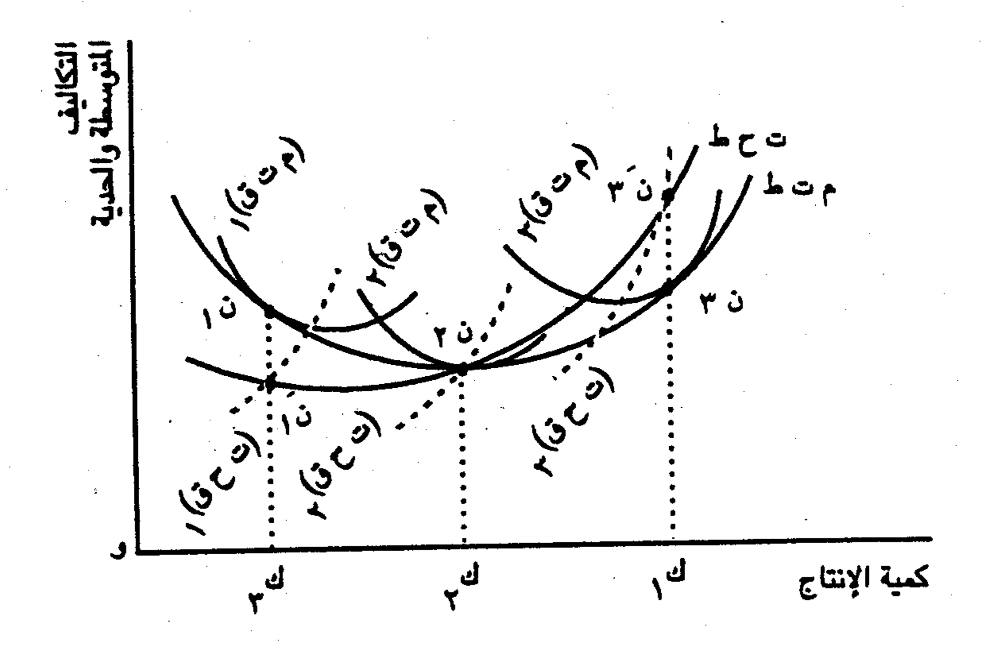
٧-٣: التكلفة الحدية في الأجل الطويل:

يمكن اشتقاق منحني التكلفة الحدية في الأجل الطويل من منحنيات التكلفة الحدية في الأجل القصير المقابلة لجميع الأحجام الممكنة للمشروع، حيث يمثل منحني (ت ح ط) جميع النقاط على منحنيات (ت ح ق) المقابلة لنقاط تماس منحنيات التكلفة المتوسطة قصيرة الأجل (م ت ق) مع منحني التكلفة المتوسطة طويلة الأجل (م ت ط)، وذلك كما يتضح من تحليل الشكل رقم (١٤-١٠).

فبالنسبة للحجم رقم (١) للمشروع والذي يمثله المنحني (م ت ق١) ويمس هذا المنحني منحني (م ت ط) عند النقطة (ن١)، ويكون ذلك عند حجم الإنتاج (و ك١)، وتكون التكلفة الحدية قصيرة الأجل المقابلة لهذا الحجم هي نفسها التكلفة الحدية طويلة الأجل عند النقطة (نَ١)، وبالنسبة للحجم رقم (٢) للمشروع والذي يمثله المنحني (م ت ق٢) ويمكن هذا المنحني (م ت ط) عند النقطة (ن٢)، ويكون ذلك عند

شكل رقم (١٤-١٠)

اشتقاق التكاليف المتوسطة والحدية طويلة الأجل



حجم الإنـتاج (و ك٢) ، طويلة الأجل عند النقطة (ن٢) . وبالنسبـة للحجم رقم (٣) للمـشروع والـذي يمثله المنحني (م ت ق٣) ويمس هذا المنحني (م ت ط) عـند النقطة (ن٣) ، وتكون التكلفة الحـدية قصيـرة الأجل المقابلة لهذا الحـجم هي نفسهـا التكلفة الحدية طويلة الأجل عند النقطة (نَ٣) . وبتوصيل النقاط (نَ١) و (ن٢) و (نَ٣) نحصل علي منحني (ت ح ط) .

ويلاحظ أن العلاقة بين منحني (م ت ط) ومنحني (ت ح ط) هي نفـسها العلاقة التي سبق دراستها بين منحني (م ت ق) ومنحني (م ت ق).

٧-٤ : التكاليف واقتصاديات الحجم :

عندما يخـطط أصحاب المشـروعات والمديرون للأجل الطويل، فـإنهم يهتـمون بأثر الزيادة فى حجم النشاط على تكلفة الوحدة من المُنتَج (سلعة أو خدمة) ، ويخدم تحليل التكاليف فى الأجل الطويل رسم الأفق التخطيطى للمنشـأة ويساعد فى اتخاذ

القرارات الاستراتيجية طويلة الأجل، وتمر دالة تكاليف المنشأة فى الأجل الطويل بثلاث مراحل هى:

١) مرحلة تناقص التكاليف بالنسبة للحجم:

إذا زاد الناتج بنسبة أكبر من نسبة زيادة المدخلات، تكون المنشأة فى حالة تزايد غلة الحجم، وهذا يعنى أن تكلفة الوحدة يمكن أن تنخفض مع زيادة حجم المشروع، أى أن كبر حجم المشروع يحقق مزايا بالنسبة للتكاليف. حيث تظهر وفورات الحجم[1] كما أشرنا فى الفصل السابق بسبب قدرة العاملين على التخصص فى مجالات خبرتهم ، وتوزيع التكاليف الإدارية على عدد أكبر من وحدات الناتج ، وإمكانية الحصول على خصم على الكميات من الموردين ، وإمكانية تحقيق استخدام أكثر كفاءة للآلات والمعدات ذات التقنية العالية المكلفة .. إلخ .

٢) مرحلة ثبات التكاليف بالنسبة للحجم :

إذا زاد الناتج بنفس نسبة الزيادة فى كل المدخلات، تكون المنشآة فى حالة ثبات غلة الحجم، وبالتالى فإن تكلفة الوحدة من المُنتَّج لن تتغير مع التغير فى حجم المنشأة. أى أنه لايمكن تحقيق أية مكاسب من زاوية التكلفة سواءً صغر المشروع أو كبر.

٣) مرحلة تزايد التكاليف بالنسبة للحجم:

إذا زاد الناتج بنسبة أصغر من زيادة المدخلات ، تكون المنشأة فى حالة تناقص غلة الحجم ولذلك فإن تكلفة الوحدة من المُنتَّج يمكن أن تتزايد مع زيادة حجم المشروع ، أى أن زيادة حجم المشروع تؤدى إلى مساوئ بالنسبة للتكاليف، حيث تظهر أضرار الحجم الكبير كما أشرنا سابقاً مثل زيادة البيروقراطية ، وسوء

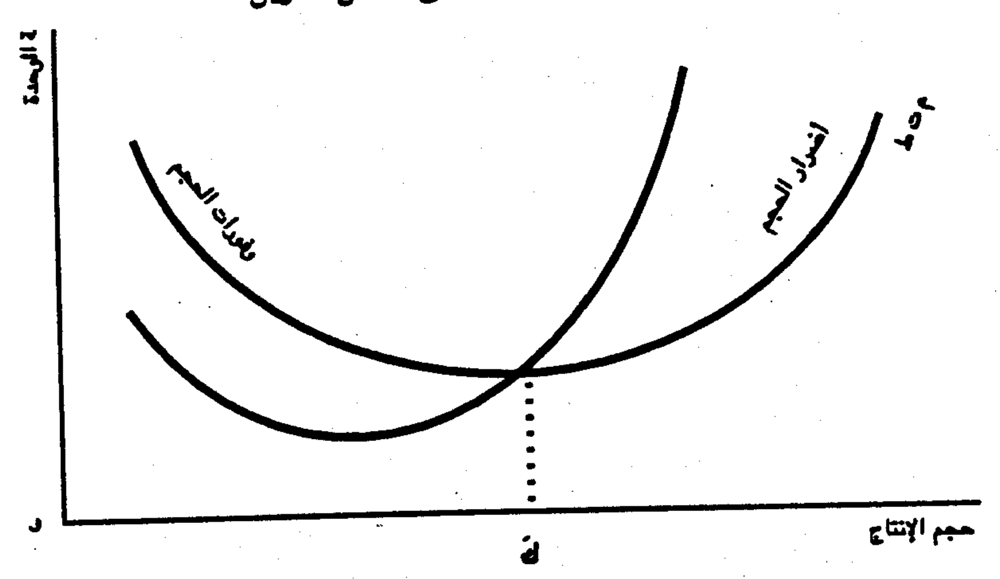
---

(1) Economies of scale .

الاتصالات، وتدهور علاقات العمل، وغير ذلك مما نواجهه فى المنشآت الكبيرة غالباً.

شكل رقم (١٥-١٠)

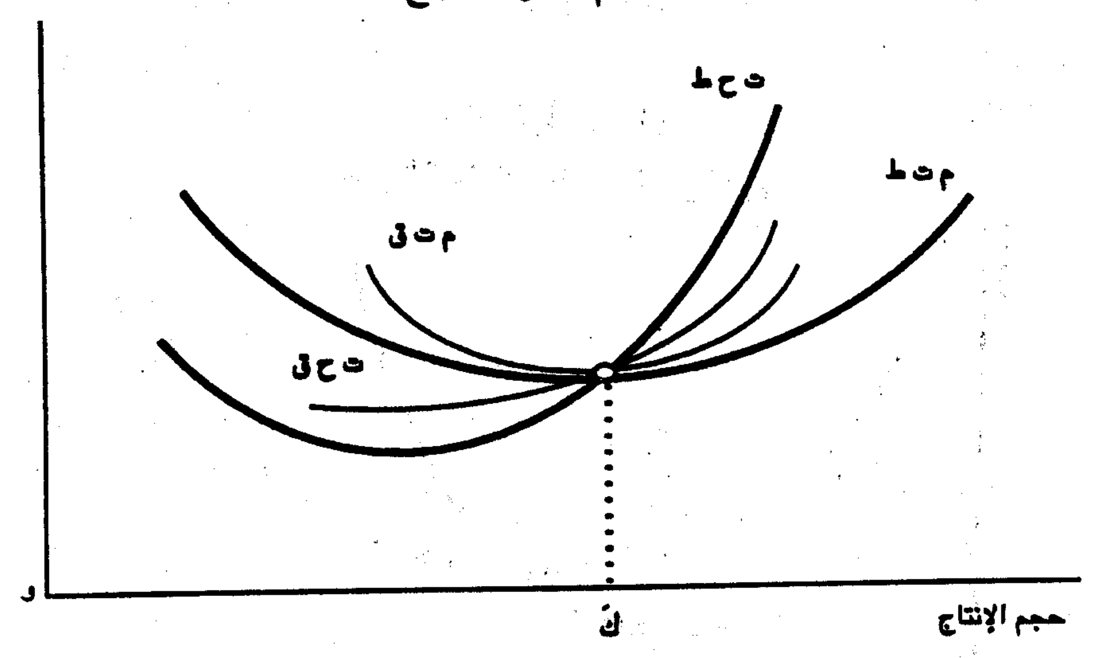
منحنى التكلفة المتوسطة فى الأجل الطويل



٧-٥ : الحجم الأمثل للمشروع:

يعتبر مفهوم تغير تكلفة الوحدة فى الأجل الطويل مع تغير حجم المشروع مفهوماً له أهمية كبيرة بالنسبة لأصحاب المشروعات والمديرين ، وذلك لتحديد الحجم الأمثل للمشروع، ويتحدد الحجم الأمثل للمشروع عندما تصل متوسط التكاليف في الأجل الطويل أدني قيمة لها وتتعادل كلتاهما مع التكلفة الحدية في الأجل القصير والتكلفة الحدية في الأجل الطويل، أي أن عند الحجم الأمثل للمشروع يكون (م ت ق = م ت ط = ت ح ق = ت ح ط) ومن ثم يكون الحجم الأمثل للمشروع هو كذلك حجم أمثل للإنتاج . ومن ثم فهو يمثل أفضل الأوضاع للمنشأة في الأجلين القصير والطويل ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٦-٤).

شكل رقم (١٦-٤)
الحجم الأمثل للمشروع



٧-٦ : الحد الأدنى للحجم الأمثل للمنشأة :

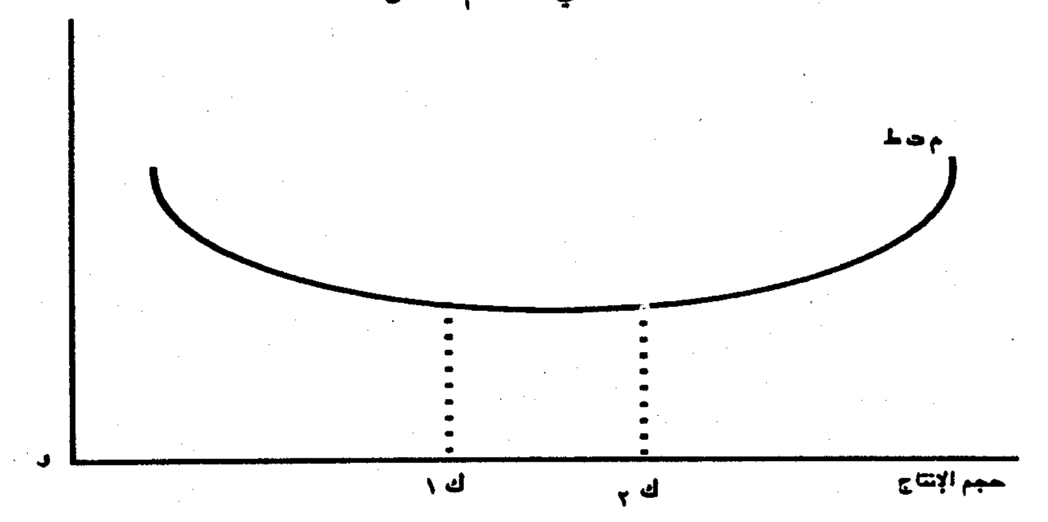
يتحدد الحجم الأمثل للمنشأة عند أدنى نقطة على منحنى التكلفة المتوسطة في الأجل الطويل (بالرغم من وجود مدى من القيم التي تمثل الحد الأدنى للتكاليف المتوسطة كما في شكل (١٧-١٠) . ويعرف الحد الأدنى لحجم الإنتاج الأكفأ[1] بأنه مستوى الناتج الذي يتحقق عنده "أول" أدنى مستوى للتكاليف المتوسطة في الأجل الطويل، وبالنظر إلى الجدول رقم (٢-١٠) نجد أن الحد الأدنى للحجم الأكفأ يتحقق عند حجم الإنتاج ١٣٢٠ وحدة.

---

(1) Minimum efficient scale (MES) .

شكل رقم (١٧-١٠)

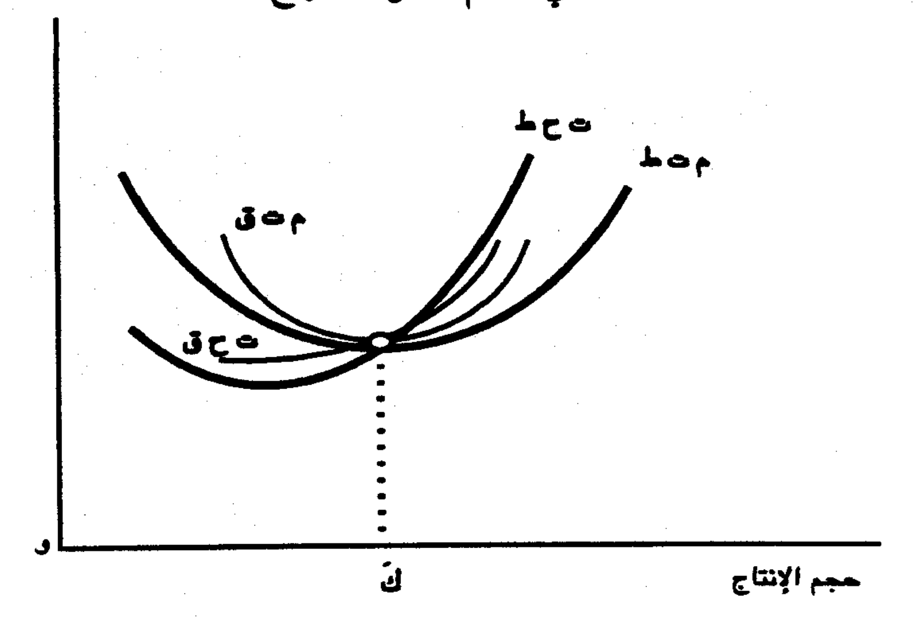
الحد الأدني للحجم الأمثل للمنشأة



وتظهر ملاءمة هذا المفهوم فى تحديد العدد المحتمل للمنافسين فى السوق، فعندما يكون "الحد الأدنى للحجم الأكفأ" للمشروع صغيراً بالنسبة لإجمالى طلب السوق، يترتب على ذلك احتمال ظهور عدد كبير من صغار المتنافسين فى السوق، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٨-١٠) .

شكل رقم (١٨-١٠)

تدني الحجم الأمثل للمشروع

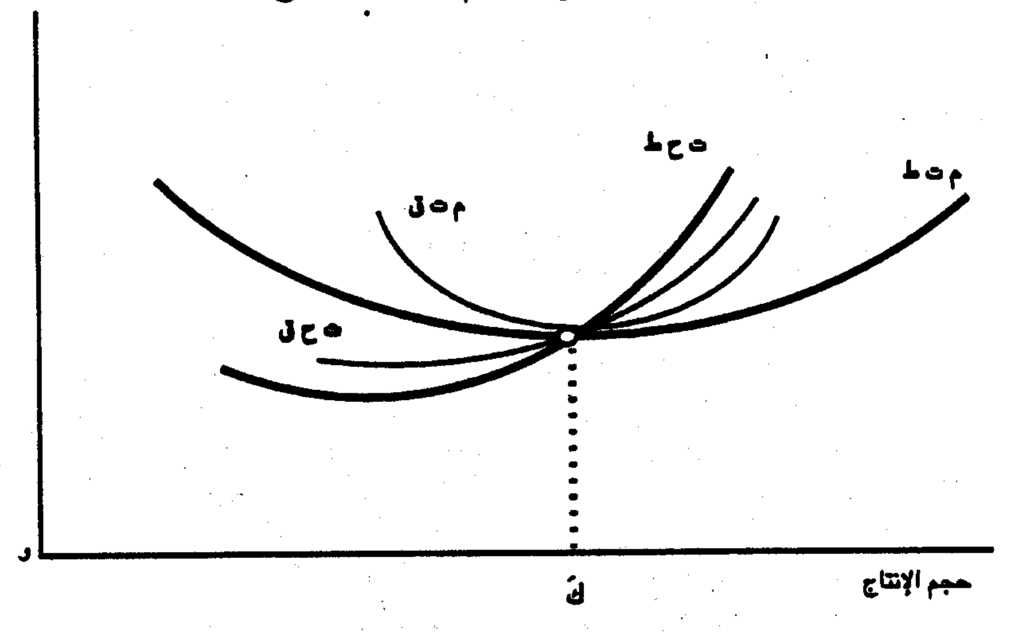


لأنه لاينبغى على المنشآت أن تكون كبيرة الحجم حتى تحقق أدنى تكلفة متوسطة فى الأجل الطويل. ويحتمل أن تكون المنافسة قوية ، ومن أمثلة ذلك صناعة الأثاث الخشبى، وصناعة منتجات الألبان .

أما إذا كان "الحد الأدنى للحجم الأكفأ" كبيراً ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٩-١٠) وليكن أكثر من ٥٠٪ من إجمالى طلب السوق، فيحتمل أن يسيطر على السوق منشأة واحدة أو منشآتان كبيرتان. ويرجع إلى أن هذا الحجم يحقق مزايا من ناحية التكاليف بالنسبة إلى إجمالى طلب السوق. وحتى يكون النشاط مربحاً، يجب أن يقوم منتج جديد بدخول السوق على نطاق واسع ، ومثال ذلك صناعات الأجهزة الكهربائية المنزلية وصناعة السيارات... .

شكل رقم (١٩-١٠)

كبر الحد الأدني للحجم الأمثل للمشروع



وقد يكون الحجم الأمثل (الأكفأ) حجم وحيد وعادة يكون كبيراً جداً، ومن ثم تظهر فى السوق منشأة وحيدة تمارس هذا النشاط وتمثل هذه المنشأة فى نفس الوقت الصناعة بأكملها، مثل صناعة الحديد والصلب أو صناعة الألمنيوم، ويمثل هذا الوضع حالة من الاحتكار التام.

أسباب تحقيق وفورات الحجم الكبير(1) علي مستوي المشروع وحيد المنشأة:

تتناقص تكاليف إنتاج الوحدة علي مستوي المنشأة نتيجة اقتصاديات الإنتاج الكبير. فحتي نقطة معينة تسمح العمليات كبيرة الحجم بقدر أكبر من تقسيم عملية الإنتاج والتخصص في استخدام مدخلات الموارد (العمل، المعدات الرأسمالية والإشراف) ، وغالباً ما يؤدي التخصص علي أسس وظيفية أو مهنية محددة إلي تعظيم الكفاءة وتخفيض التكاليف وذلك من "منحني التعلم" أو "منحني الخبرة" ومن الآداء الميكانيكي لعناصر العمل البسيطة ، وعلي سبيل المثال، نجد في صناعة السيارات أن المكابس الضخمة التي تصنع جسم السيارة في ثوان، والمعدات الآلية التي تثقب الثقوب في كتلة السلندر في عملية واحدة ، والأفران الكبيرة التي تستخدم لدهان السيارات ، والأميال من خطوط التجميع المبرمجة والمعدات الآلية المستخدمة في نقل المواد والأجزاء المصنوعة من موقع إلي موقع في ساحة الإنتاج تتمتع بكفاءة واضحة. وكلما زاد حجم الإنتاج وكثافة استخدام هذه التسهيلات، كلما انخفضت التكاليف الثابتة لوحدة السيارة ، وذلك لأن التكاليف الاستثمارية الثابتة للأساليب كثيفة رأس المال توزع علي عدد كبير من وحدات الناتج . هذا بالإضافة إلي حقيقة أن تكلفة شراء وتركيب المعدات والآلات الكبيرة لا يكون أكبر بصورة تناسبية من تكلفة المعدات الأصغر ذات الطاقة الأقل، مما يعني أن المشروعات كبيرة الحجم تتمتع بقدرة ذاتية علي تحقيق تكاليف ثابتة متوسطة أقل، لأنها تنتج عدداً أكبر من الناتج توزع عليه تكاليف غير مباشرة أقل بصورة تناسبية .

ويؤدي تركيز وتكامل مراحل الصناعة التحويلية في عملية واحدة مستمرة إلي آفاق أوسع لتحقيق اقتصاديات الحجم علي مستوي المنشأة . وعلي سبيل المثال، أكتشفت مشروعات الصلب مزايا إنتاج الحديد الصب والصلب الخام ومنتجات الصلب نصف المصنعة في عملية واحدة مستمرة من أجل الاقتصاد في إعادة تسخين المواد بين مراحل العمليات الإنتاجية المختلفة .

---

(1) - Economies of Scale.
- Economies of Mass Production.

وكذلك فإنه كلما كانت المنشأة كبيرة **كلما زادت فرص التمتع بمزايا المنتجات الثانوية** . ومثال ذلك حالة النافتا Naphtha التي تعتبر منتجاً ثانوياً لإنتاج الكوك من الفحم، والتي يمكن تسويقها تجارياً بواسطة مصانع الصلب التي لديها تسهيلات كبيرة لإنتاج الكوك مما يجعل تجميع النافتا مجدياً. وتشمل الصناعات الأخري التي تلعب فيها المنتجات الثانوية دوراً هاماً تكرير البترول، تعبئة اللحوم، الصناعات الكيماوية ، والمنتجات الورقية . حيث تتمثل ميزة بناء مشروع كبير الحجم في القدرة علي تجميع المنتجات الثانوية ، والحصول علي ناتج يمكن بيعه بعد أن كان يعتبر فاقداً، مما يضيف عائداً في مواجهة تكاليف الإنتاج المرتبطة بالمنتج الأصلي. وبمعني آخر يمكن توزيع تكلفة المنتج الأصلي علي عدد أكبر من الوحدات، بإضافة وحدات المُنتَّج الثانوي إلي وحدات المنتج الأصلي.

وتتمتع المنشآت الكبيرة بالقدرة علي **تحقيق مزايا الحصول علي خصم الكميات علي مشترياتها** من المواد الخام وخدمات المنافع. وكذلك تستطيع هذه المنشآت تحقيق وفورات في تكاليف النقل بالاعتماد علي وسائل النقل الخاصة بها.

ويمكن بالطبع توسيع المنشآت بالقدر الذي يجعل اقتصاديات الحجم تحقق كل المزايا، وبعد ذلك لاتستطيع هذه المنشآت تحقيق أية وفورات إضافية في تكاليف الوحدة . وهنا تتحقق أدني نقطة علي منحني متوسط التكاليف طويلة الأجل للمنشآت.

وسواء كان هذا المنحني بدأ في الارتفاع مباشرة مع الزيادة في حجم المنشأة ، أو يمر بمرحلة أفقية قبل الاتجاه الأعلي، فإن هذا يختلف من صناعة لأخري، وذلك بناءً علي اعتبارات غلة الحجم وما إذا كانت تكنولوجيا إنتاج الصناعة تتطلب وحدات كبيرة غير قابلة للتقسيم من مدخلات رأس المال للإنتاج منخفض التكاليف. وفي ظل الانتشار الواضح لثبات غلة الحجم ، يحتمل أن يكون لمنحني متوسط التكاليف طويلة الأجل قاع مسطح ، مما يتيح الفرصة لوجود عدد من المشروعات ذات الحجم

الأمثل، بحيث يستطيع كل منها الإنتاج بأقل تكلفة وحدة ممكنة . ولكن يمكن أن يكون هناك قدر من الشك في أن استمرار الزيادة في حجم المنشأة يمكن أن يؤدي إلي وفورات سلبية مما يدفع منحني متوسطة التكاليف طويلة الأجل للارتفاع.

وبصفة عامة ، نجد أن وحدات الإنتاج في صناعة الطائرات، إنتاج الطاقة الكهربية ، السيارات، الصلب، تكرير البترول، صناعة الورق، إطارات السيارات، الصناعات الزجاجية ، الألومنيوم ، والكيمياويات غير العضوية ، تتضمن استثمارات ضخمة تصل إلي عدة ملايين وعلي الجانب الآخر، فإن صناعة الملابس الجاهزة ، والمساكن المتحركة ، الأحذية ، الأثاث، السلع الرياضية ، بالإضافة إلي الطباعة والنشر، استخراج الفحم ، والزراعة يمكن أن تتم بكفاءة من خلال وحدات إنتاج صغيرة نسبياً.

أسباب ظهور أضرار الحجم الكبير[1] علي مستوي المنشأة :

كلما أتسع حجم المنشأة بعد وصولها للحجم الأمثل للمشروع ، كلما زادت الاختناقات وتكاليف الحصول علي العمالة ، المواد الخام، السلع نصف المصنعة ، من مكان في المنشأة إلي مكان آخر ، وكذلك فإنه كلما كبر حجم المشروع كلما زاد احتمال شحن المواد الخام المطلوبة من مسافات أبعد، وبالتالي ترتفع تكاليف شحن المواد الخام. وكذلك كلما زاد حجم ناتج المشروع كلما زاد احتمال طول المسافة التي يقطعها الناتج للوصول إلي المشترين، مما يؤدي إلي زيادة تكلفة نقل المنتجات من موقع صناعتها إلي المستهلكين النهائين: ويجب أن يضاف إلي هذا الصعوبات المتزايدة من مواصلة الإشراف والتنسيق الكفء. وكمثال متطرف علي ذلك ، يمكن أن نتصور المشاكل الكبيرة التي يمكن أن تواجه جنرال موتورز لو أنها حاولت إنتاج كل سيارات البويك ، الكاديلات، الشيفرولية ، الأولوز موبيل، والبونتياك في موقع مشروع واحد - إذ إن عملية نقل ٣٥٠٠٠ عامل، وملايين قطع الغيار، ومئات الآلاف من السيارات المصنعة سيتطلب قدراً كبيراً من ارتباك المرور وعدم الكفاءة .

---

(1) - Diseconomies of Scale.
- Diseconomies of Mass Production.

يتعلق السبب الرئيسي في اتجاه منحني التكلفة المتوسطة في الأجل الطويل إلي الارتفاع بتزايد صعوبات وتكاليف إدارة المشروعات ذات الأحجام المتزايدة باستمرار. ونري الحكمة التقليدية أنه عند حجم معين تؤدي الممارسات الإدارية البيروقراطية غير الكفؤة إلي عرقلة المشروعات الكبيرة والحكومات، ما يترتب عليه نتائج مكلفة.

اسباب تحقيق وفورات الحجم الكبير علي مستوي المشروع متعدد المنشآت:

ويمكن أن تظهر مكاسب إضافية في كفاءة التكاليف نتيجة وضع عدد من المشروعات تحت إدارة مشتركة ، حتي بعد توسع المشروعات إلي الحجم الأكثر كفاءة والاستفادة من كل مزايا اقتصاديات حجم المشروع، . وقد تقوم الوحدات المنفصلة التابعة للمشروعات متعددة المنشآت بآداء نفس النوع من العمل وبالتالي تكون متكاملة أفقياً ، وذلك مثل سلسلة من الفنادق أو محلات الملابس. وقد تكون المنشآت متكاملة رأسياً لآداء مراحل متتالية في نفس عملية الإنتاج . وقد تتضمن إنتاج عدد من السلع غير المرتبطة ببعضها، وذلك مثل المشروعات المجمعة Conglomerate Enterprises. ففي كل هذه الأنواع الثلاثة من المؤسسات، توجد فرص لتحقيق اقتصاديات النطاق.

في البداية نجد أن وضع عدد من المنشآت تحت الإدارة المشتركة يقتصد في تكاليف الإدارة العليا. إذ إن توزيع مرتبات كبار التنفيذين والإداريين علي ٥ ملايين وحدة ناتج في العام ، بدلاً من مليون وحدة فقط، سيؤدي إلي انخفاض التكاليف المتوسطة . وثانياً، قد تحقق المشروعات متعددة المنتجات عدداً من المزايا الاقتصادية من التخصص في خدمة وتلبية كل احتياجات قطاع معين من المستهلكين أو السوق. أو من استخدام نفس قنوات التوزيع لتسويق منتجاتها، أو من استخدام تكنولوجيا مشتركة لإنتاج عدد من المنتجات المختلفة . وثالثاً، هناك اقتصاديات التسويق الكبير التي ترتبط بنظم التوزيع وحملات تنشيط البيع علي مستوي الدولة ، والتي تحقق تغطية أكثر كفاءة للأسواق، والمستهلكين من كل دولار تم إنفاقه، وعلي سبيل المثال،

فإذا كانت إحدي شركات السيارات تبيع ٥ مليون سيارة سنوياً وتستطيع تحمل إنفاق ٩٠٠ مليون جنيه للإعلان عن سياراتها (وهي تكلفة إعلان بسيطة جداً تمثل ١٨٠ جنيه للسيارة) . أما بينما شركة أخري للسيارات تنفق ٩٠٠ مليون جنيه علي الإعلانات لبيع ٣٠٠٠٠٠٠ سيارة (بمعدل ٣٠٠ جنيه للسيارة) يعني عدم ميزة سعرية واضحة. **ورابعاً** : يكون المشروع الكبير أكثر قدرة علي تحمل تكاليف الخبراء المتخصصين في البحث، التطوير، التصميم ، وهندسة الإنتاج ، مما يجعله قادراً علي تقديم منتجات جديدة ومطورة والاستفادة فيها لتكنولوجيات الحديثة . **وخامساً** يؤدي الحجم الكبير إلي ظهور التواجد في السوق والاعتراض به ، فإذا كان هذا مصحوباً بالنمو وتحقيق ربحية فوق المتوسط، فإنه يمكن أن يؤدي إلي انخفاض تكاليف الاقتراض ورأس المال، حيث تستطيع بعض المؤسسات الكبيرة الاقتراض بأسعار فائدة تقل عن المشروعات الصغيرة والمتوسطة بما يتراوح ما بين ١-٣ نقطة مئوية . وسادساً، تكون القدرة علي الاستدانة وتكوين رأس المال والتي تصاحب الحجم الكبير متوافرة التحقيق :

١- التفوق في تطوير وتطبيق الابتكارات التكنولوجية الموفرة للتكاليف.

٢- مواجهة مخاطر التقلبات الدورية ، الاستثمارات الكبيرة في المشروعات الجديدة ، أو الانخفاض المستمر في الطلب علي بعض المنتجات.

٣- الاستثمار في المواهب الإدارية المتخصصة القادرة علي حل المشاكل وتطوير أساليب إدارية جديدة . وعند استغلال كل هذه المزايا، تتمثل النتيجة في تحقيق "اقتصاديات النطاق التنظيمية" التي يمكن أن تحقق انخفاضاً كبيراً في تكلفة الوحدة واستراتيجيات فعالة للمنافسة في السوق.

وأخيراً، فإن الحجم الكبير المحقق من خلال التكامل الرأس و/ أو التنويع يمكن أن يمثل أصلاً متميزاً في مواجهة التغيرات السوقية الجوهرية التي قد تنتج عن حدوث

زيادات مفاجئة في أسعار المدخلات، عدم ورود كميات المواد الخام (في حالات تدهور المحصول ، والمقاطعة التجارية)، وتقلبات الدورات الاقتصادية ، والطفرات التكنولوجية ، والتغير في طلب المستهلكين، وتغيرات أنماط الحياة . أما المشروع وحيد المنشأة غير المتنوع وغير المتكامل فيتعرض لتطورات السوق غير المتوقعة ، ومن ثم فإن التكامل الرأسي والتنوع أو كلاهما يساعد المشروع علي تحقيق قدر من الأمان. إذ أن التكامل رأسياً يسمح للمشروع بتخفيف حدة مشاكل ضمان الكميات الأساسية من المدخلات الرئيسية بأسعار معقولة ، وتسويق منتجاته ، وهكذا نجد أن كبار مستخدمي الفحم يشترون ويشغلون مناجم الفحم. ومشروعات الصلب الكبيرة لها مواردها من الحديد الخام. ومعامل تكرير البترول الكبيرة تبذل قصاري جهدها للوصول إلي احتياطيات البترول الخام من ناحية وتسويق المنتجات المكررة للمستهلكين من ناحية أخري.

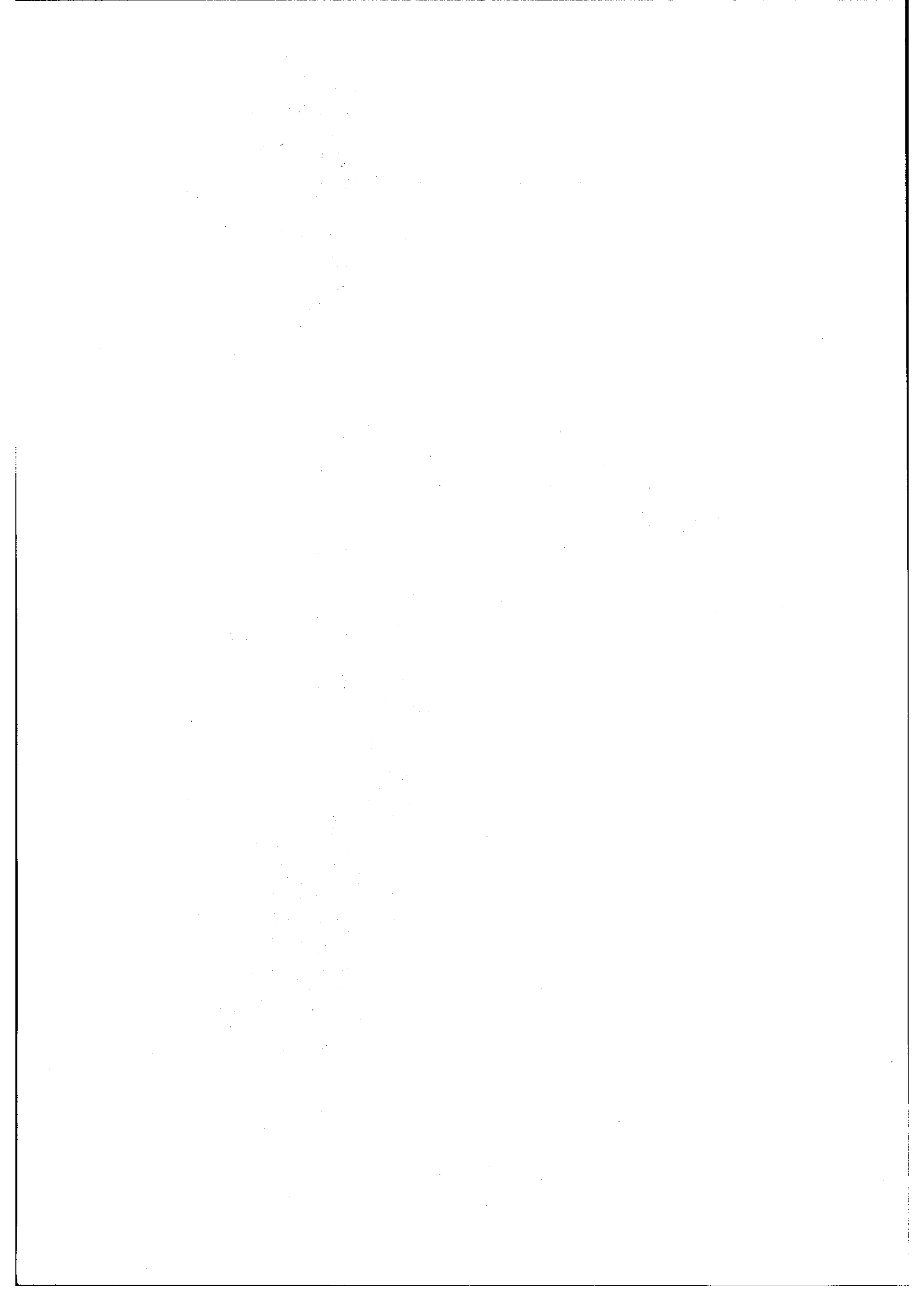
وكذلك فإن تنويع المنتجات والأسواق يخفف المخاطر ويقلل اعتماد المشروع علي أي منتج ، مستهلك ، سوق، خط إنتاج واحد. ولهذا يساعد التكامل وتنويع المنتج والسوق علي إنقاذ المشروع من التطورات المعاكسة وتثبيت قاعدة نشاطه.

ومع ذلك ، هناك ميزة أخري للحجم الكبير يجب عدم التقليل من شأنها في تفسير نجاح المشروعات المساهمة . فعندما يصبح المشروع كبيراً، فإن حجمه "المطلق" يعطيه قدراً من السيطرة علي تكاليفه ، سعر البيع، تكنولوجيا الإنتاج ، ومصادر رأس المال للتمويل، واتجاهات وقدرات المستهلكين الشرائية ، وعلاقته مع الحكومة ، غير ذلك من العناصر الأخري الهامة في نجاح أي مشروع، أي أن مجرد كبر حجم المشروع يعطيه القوة أو القدرة علي إلقاء وزنه علي ما حوله نيابة عن المشروع ذاته ، حيث تدفع غريزة حماية النفس وتجنب المخاطر المشروعات الكبيرة إلي اتخاذ خطوات مقصودة لتحقيق قدر من السيطرة علي استقرار نشاطها. إذ لاحظ "ماكس فيبر" منذ سنوات ميل المنظمات الكبيرة إلي إقامة الحواجز ووسائل السيطرة التي تحميها من السوق وتنوع المنافسة . ولكن يجب أن نلاحظ أن قوة وتأثير الشركات

العملاقة ليست مطلقة أو لا يمكن أن تفشل في التطبيق، إلا أنها يمكن أن تحرر المشروع "جزئياً" من النظام الدقيق والصارم لقوي السوق التنافسية .

وبالإضافة إلي ذلك ، يؤدي كبر حجم المشروع إلي تحقيق فرصة ممارسة النفوذ السياسي، وبالتالي تحقيق مزايا وامتيازات بدون وجه حق من خلال العمليات الحكومية . وعادة ما تحرص المؤسسات الكبيرة علي عدم إظهار قوتها علانية ، ولكن لاشك في أنه عندما تتوافر هذه القوة يمكن استخدامها لحماية وخدمة مصالح هذه المشروعات.

ونتيجة لذلك ، تتحقق المزايا الاقتصادية للحجم الكبير لعدة مجموعات بنسب متفاوتة - حيث تتحقق للمستهلكين في صورة توافر سلع أفضل وأرخص، وللمساهمين في صورة تحقيق أرباح أعلي، وزيادة الأرباح الموزعة ، وارتفاع قيمة الأسهم ، ولإدارة المشروع في صورة زيادة المرتبات، وتوفير التجهيزات المكتبية الترفيه ، وقوة المكانة الاجتماعية والنفوذ السياسي، وللعاملين في صورة ارتفاع الأجور، وزيادة المزايا الإضافية وتحسين أوضاع العمل.



الباب الرابع

أهداف الربحية وسلوك المنشأة

- مقدمة .
- طبيعة السوق وإيرادات المنشأة.
- أهداف الربحية للمنشأة فى سوق المنافسة الكاملة .
- أهداف الربحية للمنشأة فى سوق الاحتكار الكامل .
- أهداف الربحية للمنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية .
- أهداف الربحية للمنشأة فى سوق منافسة القلة.
- الأهداف البديلة لهدف تعظيم أرباح المنشأة .

مقدمـــــة :

لاتختلف طبيعـة الإنتاج فى المنشأة من حيـث المدخلات وكيفيـة الخلط بينها، أو من حيـث التكاليف ومكوناتهـا وسلوكـها، حيـث تتحـدد دوال التكاليف بالعـوامل التكنولوجية وأسعار الموارد مهما اختلفت طبيعة السوق التى تعمل المنشأة فى إطارها سواء كـانت سوق للمنافـسة الكاملة ، أو سوق للاحـتكار الكامل، أو سوق لمنافـسة (احتكار) القلة ، أو سوق للمنافسة الاحتكارية.

كـما وأن الأهداف التى تحـدد مسـتوى الإنتـاج فى المنشـأة لاتختلف من سـوق لأخرى، فـهى إمـا تحقيـق أقصى ربح ممكن ، أو تحـقيق أدنى خـسارة ممكنة فى حـالة اضطرار المنشأة لتـحقيق خـسائر[1]. كمـا وأن الكيفيـة التى يتم بها حـساب الأرباح والخسـائر التى تحقـقها المنشأة ، لاتختلف من سـوق لأخرى فـهى محصلـة استنزال التكاليـف من الإيرادات (الإيرادت - التـكاليف). ومن ثم يـكون هدف المنشـــأة فى جميع الأسـواق هو الوصول بالإنتاج إلى آخر وحـدة يترتب عليها إضـافة للإيرادات الكليـة مسـاوية للإضافـة التى تضيفـها تلك الوحـدة إلى التكاليف الكليـة . أى أن مسـتوى الإنتاج الذى تقـرره المنشأة يتـحدد عندما تتـعادل التكلفـة الحدية مع الإيراد الحدى ، وهذه القاعدة تطبقها جميع المنشآت بلا اسـتثناء مهما اختلفت طبيعة السوق التى تعمل المنشأة فى إطارها.

ولكن يأتى **الاختلاف** فى حجم الإنتـاج الذى تقرره المنشـأة وكذلك فى أسـعار البيع للمُنتَّجات النهائية التى تطرحها المنشأة فى السوق، وذلك لأن الأسعار التى تبيع بها المنشأة تفرضهـا طبيعة السوق التى تمارس فيها المنشأة نشـاطها الإنتاجى : فالمنشأة التى تعمل فى سوق للمنافسـة الكاملة تتعامل بسعر واحد يتحـدد خارجياً فى السوق بقوى العرض والطلب ويُفَرض على جميع المنشآت التى تعمل فى إطار تلك السوق

---

(١) هناك منشآت خاصة لاتهدف إلي الربح مثل الجمعيات الخيرية ... ، وكذلك هناك مؤسسات حكومية لاتعمل وفق قواعد السوق الحر ولكن تعمل وفق آليات اجتماعية، لذلك فإن التحليل الحالي لاينطبق علي تلك المنشآت وإن كان هذا لايمنع من انطباق نفس التحليل علي المؤسسات والمنشآت الحكومية الهادفة للربح والتي تعمل وفق قواعد السوق الحر.

ولا تمتلك أى منشأة أى درجة من القدرة لتغيير ذلك السعر بمفردها ، لأن حصتها فى السوق تظل صغيرة جداً فى ظل وجود عدد كبير جداً من المنشآت، كما أنها لاتملك ولن تستطيع حشد سلوك مجموعة من المنشآت للتأثير على ذلك . لذا فسيكون منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة منحنى طلب لا نهائى المرونة . أما فى الأنماط الثلاث الأخرى للسوق (الاحتكار التام واحتكار القلة والمنافسة الاحتكارية) ، حيث تتوافر درجة ما من الاحتكار قد تصل إلى الاحتكار الكامل بما يتيح للمنشأة درجة ما من التأثير فى سعر بيع مُنتَّجها فى السوق، سواء كان ذلك بالتحكم المباشر فى السعر، أو بالتأثير غير المباشر فى السعر من خلال التحكم فى حجم الإنتاج الذى تقرر المنشأة طرحه فى السوق (ولايمكن للمنشأة التحكم بالأسلوبين معاً) ، لذلك فسيكون منحنى الطلب على مُنتَّجات المنشأة هو منحنى الطلب العادى (علاقة عكسية بين السعر والكمية المطلوبة) ، وإن اختلفت درجة مرونته من منشأة لأخرى ومن سوق لآخر من الأسواق الثلاث.

لذلك فإن الاختلافات القائمة بين هياكل الأسواق المختلفة تكون فى طبيعة جانب الطلب أو الإيرادات، ولايوجد خلاف فى طبيعة جانب العرض أو التكاليف، وإن كان هذا لايمنع من وجود ثمة علاقة بين هيكل السوق والتكاليف ، فقد تؤدى علاقة التكاليف باقتصاديات الحجم إلى وضع احتكارى وتقييد الأوضاع التنافسية ، ولكن هذه الحالات لاتمثل ظاهرة ، ومن ثم لايجوز تعميمها وتظل حالات فردية.

وهنا سنضع افتراضين أساسيين للتحليل ، الأول : وهو أنه يوجد فى جانب الطلب فى سوق المُنتَج عدد كبير من المشترين (المستهلكين) فى جميع هياكل السوق الأربعة ، والثانى : هو أن المنشأة فى هياكل السوق الأربعة تقوم بشراء مدخلات الإنتاج الخاصة بها[1] من أسواق تنافسية فى جانبيها (الشراء والبيع) ، أى أن أسواق المدخلات تتميز بوجود عدد كبير من العارضين وفى نفس الوقت تتعامل مع عدد

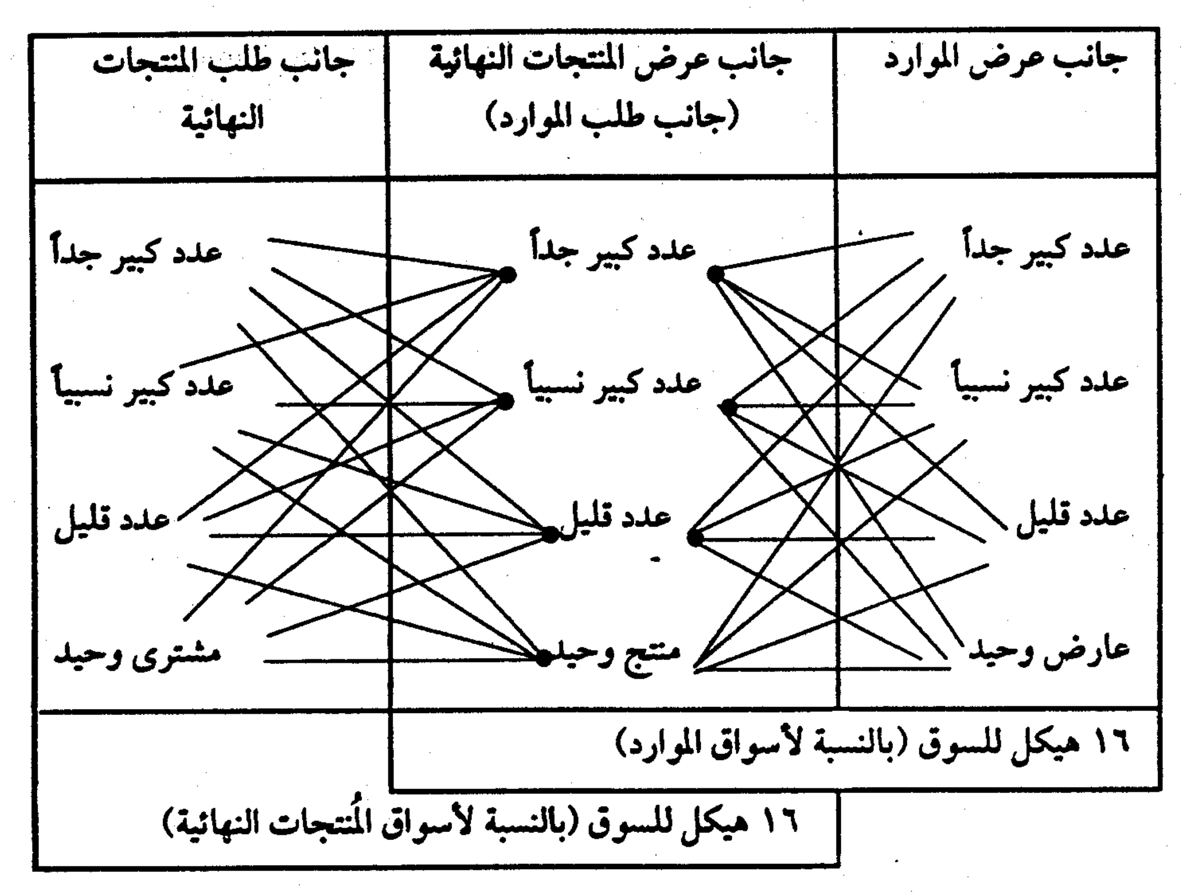
(١) المواد الخام والموارد الطبيعية ، والآلات والمعدات ، والمدخلات الوسيطة أو نصف المصنعة ، وخدمات العمل ، والتمويل، ...).

كبيـر من المشترين، وبالتالى ستكون منحنيـات التكاليف الخاصة بالمنشأة متـشابهة فى هياكل السوق الأربعة التى سنقوم بتحليلها[1].

وفى هذا المستوى من الدراسة قد لجأنا لهذين الافـتراضين لتسهيل التحليل فقط وجعله قابلاً للتعميم لحالات مغايرة ، ففى الواقع قد تواجه المنشأة أسواق غير تنافسية للمدخلات التى تحتاجها، فقد تواجه باحتكار كامل فى سوق الموارد، أو احتكار قلـة

جدول رقم (١)

هياكل السوق المحتملة



---

(١) ليس هناك ما يمنع من تحليل منحنيات التكاليف الخاصة بالمنشأة وتحديد شكلها عند قيام المنشأة بشراء الموارد من أسواق احتكارية ، إذ من الممكن إجراء التعديلات المناسبة لمنحنيات التكاليف الخاصة بالمنشأة دون أية صعوبة ، وذلك كما يتضح من دراسة وتحليل أسواق الموارد في الباب الثالث.

لسوق الموارد ، أو منافسة احتكارية لسوق الموارد. كما أن المنشأة فى هياكل السوق الأربعة قد تواجه منافسة كاملة فى جانب الطلب على مُنتَجها ، وكذلك قد تواجه بمنافسة احتكارية ، أو بمنافسة قلة ، أو بإحتكار كامل . وإذا حاولنا التطرق لكل الانماط المحتملة لهياكل السوق سنُواجَه ليس فقط بالهياكل الأربعة الرئيسية للسوق والتى سنَقْصُر التحليل عليها فى هذا المستوى من التحليل، ولكن قد نصل إلى عدد كبير لهياكل السوق قد يصل إلى اثنين وثلاثين كما تظهره احتمالات هياكل السوق التى يشملها الجدول رقم (١).

الفصل الحادي عشر
طبيعة السوق وإيرادات المنشأة

استقر الاقتصاديون على تقسيم الأسواق إلى أربعة هياكل رئيسية ، هي : سوق المنافسة الكاملة ، وسوق الاحتكار الكامل، وسوق المنافسة الاحتكارية، وسوق منافسة (احتكار) القلة . ويتفق معظم الاقتصاديون على أن هناك أربعة محددات رئيسية لدرجة المنافسة[1] يمكن الارتكان إليها للتمييز بين الهياكل المختلفة للسوق وهى : عدد البائعين والمشترين ، ومدى تجانس المُنتَّج الذى تنتجه المنشآت العاملة فى السوق، ومدى سهولة الدخول فى والخروج من الصناعة ، ومستوى معرفة كل منشأة بالمعلومات المتعلقة بالعوامل المؤثرة على الصناعة أو السوق. وسوف يتم تحليل تلك الخصائص ومستتبعاتها بالتفصيل فى كل نمط من الأنماط الأربعة للأسواق على النحو التالى :

١ : طبيعة سوق المنافسة الكاملة وإيرادات المنشأة :

تحدد طبيعة السوق التي تعمل المنشأة في إطارها شكل دالة إيرادات المنشأة ، فكما نعلم أن إيرادات المنشأة تحسب بضرب سعر الوحدة من المُنتَّج في الكمية المنتجة من هذا المُنتَّج ، أي أن إيرادات المنشأة تتوقف علي الكمية التي يمكن للمنشأة إنتاجها والسعر الذي يمكنها البيع به في السوق، وتحدد طبيعة السوق مدي قدرة المنشأة في السيطرة علي السعر أو كميات الإنتاج ، ومن ثم قدرة المنشأة علي التحكم في شكل دالة الإيرادات الخاصة بها.

١-١ : طبيعة سوق المنافسة الكاملة :

بتحليل المحددات الأربعة لدرجة تنافسية السوق التى تنظمها قواعد وآليات المنافسة الكاملة ، نلاحظ أن سوق المنافسة الكاملة تتميز بالآتى :

---

(١) توجد محددات أخري لدرجة المنافسة تؤثر في طبيعة هياكل الأسواق المختلفة ، سيتم تناولها بالتحليل في البند (٦) من هذا الفصل.

١) عدد كبير جداً من المُنتِّجين والمشترين :

يوجد فى سوق المنافسة الكاملة عدد كبير جداً من المُنتِّجين والمشترين وكل منهم يمثل حصة صغيرة جداً فى السوق ولايتمكن أى من المُنتِّجين أو المشترين من التأثير بمفرده فى العناصر الثلاث للسوق (العرض، الطلب، السعر) وأن جميع المُنتِّجين يعملون فى هذه السوق مستقلين عن بعضهم البعض، أى أن تأثير كل منهم يكون صفر أو يمكن إهماله.

٢) تجانس المُنتَج :

أى أن جميع المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الكاملة تنتج مُنتَج متجانس أى أن مُنتَجات جميع المنشآت العاملة فى الصناعة تحمل نفس الخصائص ، بحيث يصعب على المستهلك تميز مُنتَج المنشأة (أ) عن مُنتَج المنشأة (ى) وبالتالى يستوى للمستهلك الشراء من أى بائع ، ومن ثم لا يكون لأى منشأة أى أفضلية فى الجودة على منافسيها.

٣) حرية انتقال عناصر الإنتاج :

ويقصد بذلك حرية دخول مُنتِجين جدد للصناعة بتأسيس منشآت جديدة تساهم فى زيادة إنتاج مُنتَج الصناعة ، ويكون حافز الربح هو الدافع الجاذب لتلك المنشآت مما يعنى تحول عناصر إنتاج من قطاعات إنتاجية أخرى لتعمل داخل هذه الصناعة .

ولا يقتصر الأمر على حرية الدخول ، بل وكذلك حرية خروج المنشآت من الصناعة عن طريق التصفية أو الإغلاق المؤقت أو تخفيض الإنتاج عند انخفاض الأرباح أو تحقيق خسائر، مما يعنى تحول عناصر الإنتاج من الصناعة إلى قطاعات إنتاجية أخرى.

فليست هناك أية موانع قانونية أو فنية أو اقتصادية أو مالية ... أو غير ذلك تمنع دخول منشآت جديدة للصناعة أو خروج منشآت قائمة منها، والمقصود هنا بقابلية

الموارد للانتقال هو معيار 'الاستخدام' وليس 'الموقع' حيث يكون بالإمكان تحويل الأرض من زراعة الأرز إلى زراعة القطن أو من زراعة القمح إلى زراعة الفول ... ، وكذلك يكون بالإمكان انتقال العامل من العمل فى مصنع سيارات للعمل فى مصنع للملابس الجاهزة ...، أو تحويل مبنى سكنى إلى مبنى تجارى ... وهكذا، وتكون قابلية بعض الموارد على الانتقال أكبر من موارد أخرى، ويتوقف ذلك على درجة التخصص ونوع الاستخدام الذى تعمل فيه.

٤) المعرفة التامة بظروف السوق :

أى أنه يتاح لجميع المُنتجين فى سوق المنافسة الكاملة معلومات كاملة حول جميع العوامل التى تؤثر فى عمل السوق، وهذا يعنى أن كل منشأة تعرف الأسعار التى تدفعها المنشآت الأخرى لجميع عناصر الإنتاج المشاركة فى الإنتاج ، وكذلك تعلم جميع مصادر توريد تلك العناصر الإنتاجية ، وكذلك يتاح لجميع المُنتجين نفس المستوى من المعرفة الفنية ويمكنهم الحصول على نفس المستوى من التكنولوجيا، كما أن كل مُنتِج يعرف نفس المعلومات حول طلب السوق على مُنتَجه ، وإجمالاً يجب ألا يكون هناك أية أسرار حول جميع العوامل المؤثرة فى الصناعة أو السوق.

ويترتب على تلك الخصائص الأربعة مجتمعة أنه لن تتمكن منشأة واحدة من التأثير على السعر السائد فى السوق ، ففى ظل المنافسة الكاملة تنتج كل منشأة جزء ضئيل من إجمالى الإنتاج المطروح فى السوق. لذلك فإنها إذا قامت بزيادة حجم إنتاجها أو خفضه فلن تترك أثر يذكر على إجمالى المعروض فى السوق ، ومن ثم لن تؤثر بذلك فى سعر السلعة . وكمثال لذلك[١] نفرض أن ١٠٠٠٠ منشأة تتنافس فى السوق تنتج كل منها ١٠٠ وحدة فيكون العرض الكلى فى السوق ١٠٠٠٠٠٠ وحدة، فإذا افترضنا أن إحدى هذه المنشآت قامت بتخفيض إنتاجها إلى النصف أى

(1) C. R. McGonnell and H. G. Gupta, ***Economics : Principles, Problems and Policies, Vol.4*** (New Delhi : Tata MacGraw-Hill Publishing Co. LTD., 1974) PP 120-121.

أصبحت تنتج ٥٠ وحدة فقط بدلاً من ١٠٠ وحدة ، فهل يترك هذا الإجراء من جانب هذه المنشأة أى أثر على السعر ؟ الإجابة لا. والسبب وراء ذلك واضح ، فقيام هذه المنشأة الفردية بتقييد حجم إنتاجها لايترك أثراً محسوساً على العرض الكلى، إذ تنخفض إجمالى الكمية المعروضة من ١٠٠٠٠٠٠ وحدة إلى ٩٩٩٩٥٠ وحدة، وأن مثل هذا الانخفاض ضئيل للغاية لايمثل تغير كاف فى العرض الكلى للتأثير على سعر السلعة . وباختصار ، فإن المُنتِّج الفرد فى سوق المنافسة الكاملة لايستطيع تعديل سعر السوق، ولكنه يكيف أموره ويضبط حجم إنتاجه على هداه.

وبعبارة أخرى، فإنه فيما يختص بالسعر نجد أن السعر بالنسبة للمنشأة الفردية من المعطيات المسلم بها لاتستطيع أن تؤثر فيه، وتحصل على نفس السعر سواء عرضت كمية كبيرة أو كمية صغيرة من الإنتاج ، وبالتالى فإن إقدام المنشأة الفردية على رفع سعرها عن السعر السائد فى السوق عبس لاجدوى له، فالمستهلكين لن يقدموا على شراء أى شيء من المنشأة (أ) بسعر ٢,٢٥ جنيه فى الوقت الذى تعرض ٩٩٩٩ منشأة منافسة لها سلعة مشابهة (بديل كامل) للبيع بسعر ٢ جنيه فقط للوحدة، وعلى العكس من ذلك ، نجد أن المنشأة (أ) تستطيع أن تبيع أى كمية تشاء من السلعة التى تنتجها بسعر ٢ جنيه للوحدة . لذلك لايكون هناك سبب يدعوها إلى البيع بسعر أقل، وليكن ١,٩٥ جنيه للوحدة إذ أن مثل هذا التصرف يخفض من أرباحها.

وأخيراً ، هناك نقطة هامة يجدر الإشارة إليها وهى : أنه بالرغم من أن المنشأة الفردية لاتستطيع التأثير على سعر السلعة التى تنتجها عن طريق تغيير حجم إنتاجها ، إلا أن المنشآت العاملة فى سوق المنافسة الكاملة إذا اتفقت جميعاً[1] على اتخاذ إجراء للتأثير على السعر، فإنها مجتمعة تستطيع تغيير سعر السوق. فمثلاً، إذا قامت

(١) من المستحيل أن يحدث مثل هذا الاتفاق بين هذا العدد الهائل من المنشآت، ولكن هذا لايمنع حدوث اتجاه عام للتخفيض أو الزيادة في الإنتاج لجميع أو معظم المنشآت عند تغير ظروف السوق وشيوع العلم بهذا التغيير لجميع المنشآت.

جميع العشرة آلاف منشأة العاملة فى السوق بخفض إنتاجها من ١٠٠ وحدة إلى ٥٠ وحدة فإن الكمية المعروضة فى السوق سوف تنخفض من مليون وحدة إلى ٥٠٠٠٠٠ وحدة ، ويمثل ذلك بالتأكيد تغيير جوهرى يتوقع أن يؤدى إلى رفع الأسعار بدرجة كبيرة .

والخلاصة أن المنشأة بمفردها لاتستطيع أن تؤثر فى سعر السلعة ، ولكن جميع المنشآت كمجموعة تستطيع ، ويظل سعر السلعة ثابت بالنسبة للمنشأة الفردية فى الأجل القصير، إلا أن السعر عُرضة للارتفاع أو الانخفاض تبعاً للتغيرات التى تحدث فى الطلب الكلى أو العرض الكلى فى السوق ، وذلك فى الأجل الطويل، ولكن يرتفع السعر أو ينخفض ويظل سعر وحيد لجميع المنشآت العاملة فى سوق المنافسة الكاملة.

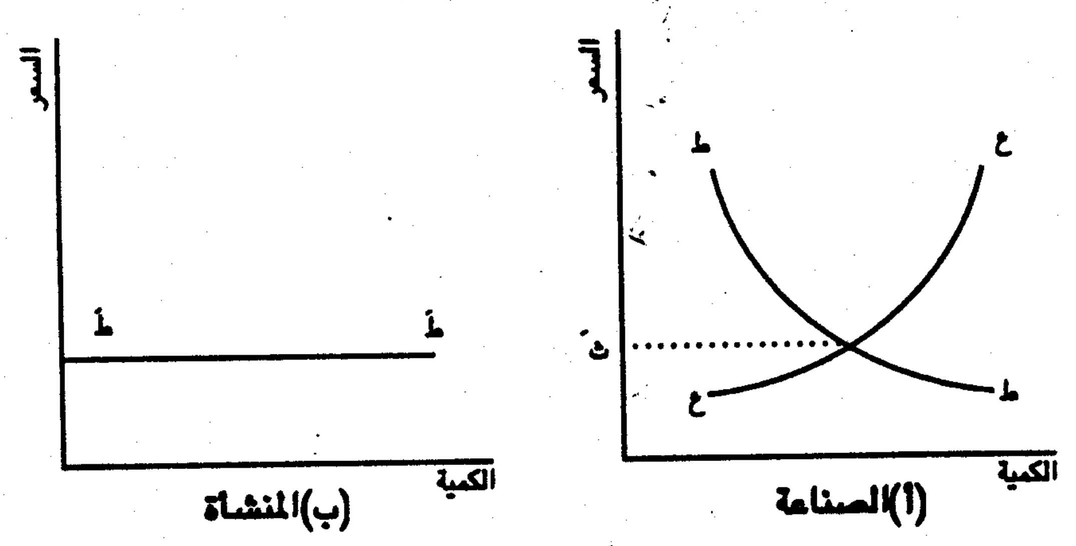
والحقيقة أن الأمثلة التى تعبر عن المنافسة الكاملة بدقة قليلة ومتباعدة ، وأنفضل مثال (إذا استبعدنا السياسة الحكومية فى الدعم والتسعير) هو قطاع الزراعة فأسواق القمح والقطن والشعير والذرة وأنواع متعددة من الثروة الحيوانية ومُنتَّجات زراعية أخرى هى نماذج لسوق المنافسة الكاملة ، بينما نجد أن هناك عدد قليل من الصناعات فى سوق المنافسة الكاملة . فهناك آلاف الفلاحين الذين ينتجون نوع معين من القمح أو القطن أو الذرة وهى سلع نمطية أو متماثلة . وكذلك فإن الدجاج المُنتَّج فى مزارع أبوخليل هو نفسه الدجاج المُنتَّج فى مزارع الشرقية للدواجن ، وكل منشأة تعرض جزء صغير من المعروض الإجمالى منه ولايستطيع أى صاحب مزرعة دواجن أن يسيطر على سعر السوق للدواجن، ولكنه يقبل سعر السوق والذى يمثل بالنسبة له أحد المعطيات التى ليس له أى سلطة للتأثير عليه، فصاحب مزرعة الدواجن الفرد يستطيع أن يبيع أية كمية كبرت أو صغرت دون أن يؤثر على السعر، وهو لايبدد موارده المالية فى الإعلان أو ترويج المبيعات ، فصاحب مزارع أبوخليل يعلم أن هناك آلاف من أصحاب مزارع الدواجن الآخرين الذين ينتجون سلعة مشابهة لها نفس

مواصفات سلعته ، وأيضاً فإن المشترين على دراية بذلك . لذلك فإن الإعلان يكون غير مجدى وعبس ومضيعة للوقت والجهد والمال.

وإجمالاً يمكن القول بأن السعر فى سوق المنافسة الكاملة يتحدد بتفاعل قوى العرض والطلب فى السوق، وتكون جميع المنشآت آخذة للسعر Price Taker وليست مقررة للسعر Price Setter ، وذلك كما يوضحه الشكل رقم (١-١١).

شكل رقم (١-١١)

تحديد السعر للصناعة والمنشآت فى سوق المنافسة الكاملة



ويتضح من الشكل رقم (١-١١/أ) أن منحنى الطلب السوقى (ط ط) الذى يواجه الصناعة منحنى طلب عادى علاقية عكسية بين السعر والكمية المطلوبة فى السوق، ومنحنى عرض الصناعة (ع ع) منحنى عرض عادى علاقة طردية بين السعر والكمية المعروضة فى السوق، وبتقاطع منحنى الطلب ومنحنى العرض يتحدد السعر السائد فى السوق (ثَ) ، ويمثل هذا السعر منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة (طَ طَ) كما فى الشكل (١-١١/ ب) حيث يمكن للمنشأة بيع أى كمية صغرت أو كبرت عند هذا السعر ولن تملك تغييره بمفردها، وبالتالى يكون منحنى الطلب على مُنْتَج المنشأة منحنى طلب لانهائى المرونة .

١-٢ : إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة :

يمكن حساب الإيراد الكلى (أ ك) للمنشأة ، وذلك بضرب حجم الإنتاج (ك) فى السعر (ث) ، ويمكن حساب الإيراد المتوسط (أ م) للمنشأة بقسمة الإيراد الكلى (أ ك) على حجم الإنتاج (ك) ، ودائماً يكون الإيراد المتوسط هو السعر، ويمكن حساب الإيراد الحدى للمنشأة ، فهو يمثل الإضافة إلى الإيراد الكلى نتيجة زيادة الوحدات المباعة من المُنتَج بوحدة واحدة . ويحسب بقسمة التغير فى الإيراد الكلى (Δ أ ك) على التغير فى حجم الإنتاج (Δ ك)، وذلك كما توضحه العلاقات التالية :

$$\text{أ ك} = \text{ث} \times \text{ك}$$

$$\text{أ م} = \frac{\text{أ ك}}{\text{ك}} = \frac{\text{ث} \times \text{ك}}{\text{ك}} = \text{ث}$$

$$\text{ح} = \frac{\Delta \text{ أ ك}}{\Delta \text{ ك}} = \frac{\text{ث ك}_{٢} - \text{ث ك}_{١}}{\text{ك}_{٢} - \text{ك}_{١}} = \frac{\text{ث (ك}_{٢} - \text{ك}_{١})}{\text{ك}_{٢} - \text{ك}_{١}} = \text{ث}$$

وهناك علاقة بين الإيراد الحدى ومرونة الطلب[١] على النحو التالى :

$$\text{أح} = \text{ث} - \frac{\text{ث}}{\text{مر}_{\text{ط}}}$$

ولما كانت مرونة منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة تعادل (∞) ، فإن الإيراد الحدى للمنشأة فى هذه السوق سيكون مساوياً للسعر ، حيث $\frac{\text{ث}}{\infty}$ = صفر .

$$\text{أح} = \text{ث} - \frac{\text{ث}}{\infty}$$

$$\text{أح} = \text{ث}$$

---

(١) يوجد إثبات رياضى لهذه العلاقة فى ملحق بنهاية هذا الفصل.

وبافتراض أن سعر البيع (ث) الذى يمثل سعر التوازن فى سوق المنافسة الكاملة هو ١٠ جنيه للوحدة من المُنتَج ، فيمكن حساب الإيراد الكلى والمتوسط والحدى للمنشأة من خلال الجدول رقم (١-١١) على النحو التالى:

جدول (١-١١)

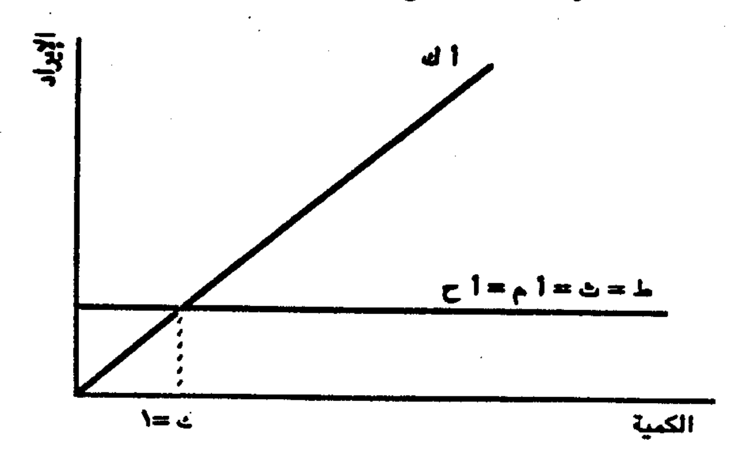
إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة

حجم الإنتاج	ث	أ ك	أ م = ث	أ ح = ث
١	١٠	١٠	١٠	١٠
٢	١٠	٢٠	١٠	١٠
٣	١٠	٣٠	١٠	١٠
٤	١٠	٤٠	١٠	١٠
٥	١٠	٥٠	١٠	١٠
٦	١٠	٦٠	١٠	١٠
٧	١٠	٧٠	١٠	١٠
٨	١٠	٨٠	١٠	١٠
٩	١٠	٩٠	١٠	١٠
١٠	١٠	١٠٠	١٠	١٠

ويمكن تمثيل منحنيات الإيرادات الخاصة بالمنشأة التى تعمل فى سوق المنافسة الكاملة بيانياً على النحو الموضح بالشكل رقم (٢-١١).

شكل رقم (٢-١١)

إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة



يوضح الشكل (٢-١١) علاقات الإيراد الكلى والمتوسط والحدى المنشأة تعمل فى سوق المنافسة الكاملة ، حيث يتضح أن منحنى الإيراد الكلى يبدأ من نقطة الصفر ويتزايد بمعدل ثابت ، لذلك يكون خط مستقيم يميل لأعلى مع زيادة الكميات المنتجة أو المباعة .. ونظراً لأن السعر الذى تتعامل به المنشأة فى السوق يكون ثابت ، لذا فإن منحنى (أ م) سيكون خط مسقيت موازى للمحور الأفقى وينطبق عليه منحنى (أ ح) وكذلك منحنى الطلب.

٢ : طبيعة السوق وإيرادات المنشأة فى الاحتكار الكامل:

تحدد طبيعة السوق التي تعمل المنشأة في إطارها شكل دالة إيرادات المنشأة ، فكما نعلم أن إيرادات المنشأة تحسب بضرب سعر الوحدة من المُنتَّج في الكمية المنتجة من هذا المُنتَّج ، أي أن إيرادات المنشأة تتوقف علي الكمية التي يمكن للمنشأة إنتاجها والسعر الذي يمكنها البيع به في السوق، وتحدد طبيعة السوق مدي قدرة المنشأة في السيطرة علي السعر أو كميات الإنتاج ، ومن ثم قدرة المنشأة علي التحكم في شكل دالة الإيرادات الخاصة بها.

٢-١ : طبيعة سوق الاحتكار الكامل :

بتحليل المحددات الأربعة لدرجة تنافسية السوق التى تخضع لقواعد الاحتكار الكامل، نلاحظ أن سوق الاحتكار الكامل تتميز بالآتى :

١) مُنتِّج أو بائع وحيد[(١)] :

أى توجد منشأة واحدة تعمل بمفردها فى الصناعة ، وبالتالى فإن سوق الاحتكار الكامل يمثل صناعة ذات منشأة واحدة ، أى أن المنشأة تكون مرادف للصناعة. وتعتبر

(١) يمكن أن يكون الاحتكار في جانب الشراء عندما تقتصر سوق مُنتِّج معين علي مشتري واحد فقط مع وجود عدد كبير جداً من البائعين، ويطلق علي هذه السوق سوق احتكار شراء Monopsony ، وانطبقت هذه الحالة علي السوق المحلي للقطن الخام في مصر لفترة طويلة عندما كانت الحكومة المشتري الوحيد من آلاف المنتجين الزراعيين، وقد يصل الأمر لحالة سوق يكون بها بائع واحد في مواجهة مشتري واحد ويطلق عليها سوق احتكار تبادلى Bilateral Monopoly ويكون لكل من المشتري والبائع بعض القدرة علي التحكم في السعر.

صناعة خدمات الاتصالات التليفونية المحليـة مثالاً للاحتكار ، فالحصول على خدمة التليفون المنزلى لايتم إلا من خلال شركة وحيدة هى الشركة المصرية للاتصالات[1]. وبالتالى فإن هذه الشركة تمثل العارض الوحيد لخدمات الاتصالات التليفونية المنزلية، وتقـرر السعـر الذى تراه ملائمـاً من وجهـة نظرها - فى إطار القـوانين والتنظيمـات الحكومية - وعلى المستهلكين أن يقبلوا السعـر ويكيفوا أنفسهم وفقاً لذلك . وينطبق هذا النموذج كذلك علي خـدمات نقل الركاب والبضائع بـالسكك الحديدية ، حيث نتج تلك الخدمة مُنتج وحيد في جمهورية مصر العربية وهو هيئة سكك حديد مصر، وأيضـاً فإن إنتـاج وتوزيع الطاقـة الكهـربائيـة يتم في إطار هذا النمـوذج من التنظيم السوقي، حيث تقوم شركة وحيدة بتوزيع الكهرباء في منطقة جغرافية معينة قد تكون محافظة واحدة ، وقد تشمل عدة محافظات.

٢) تجانس المُنَتّج مع عدم وجود بديل كامل له :

طالما أن المنشأة المحتكرة هى التى تمد السوق بكل المعروض من هذا المُنَتّج فـإنها لاتكون بحاجة للتـميز فى الطبيعـة الفنية لمُنَتّجها، ومن ثم فهى تنتج مُنَتّج مـتجانس. كما أن المُنَتّج الذى ينتجه المحتكر مُنَتّج فريد، أى لايوجد بديل كامل له فى السوق أو حتى بديل قـريب، ومن ثم لايكون أمام المستـهلك خيار إلا أن يشـترى هذا المُنَتّج أو يقـرر الاسـتـغناء عنه مـؤقـتاً ، ولكـنه سيعـود إليـه ثانيـاً طالما اسـتـمـر هذا الوضع الاحتكارى.

٣) إنعدام حرية انتقال عناصر الإنتاج :

لاتوجـد حرية لدخـول منشآت جـديدة للصناعـة فى سوق الاحـتكار الكامل، وهناك مـوانع عديدة تحـول أو تحد من دخـول مُنَتّجين جدد للصناعـة منهـا ضخـامة الاستـثمارات، والقيود الحكومـية ، ووفورات الحجم ، وملكيـة المواد الخام، وبراءات

---

(١) بينما خدمات التليفون المحمول حالياً تخضع لاحتكار ثنائي بين شركتين "موبينيل" و "كليك" وهو نموذج لاحتكار القلة والتي تتسع لمنتجين جـدد ، ولكن تستـمر هذه السـوق تنظيمـياً في إطار احتكار قلة.

الاختراع والبحوث، ووفورات الشهرة المتولدة عن أسبقية التواجد والسيطرة على السوق،.... وغيرها . وسوف نتناول هذه العوامل بالتحليل لاحقاً.

٤) المعرفة التامة بظروف السوق :

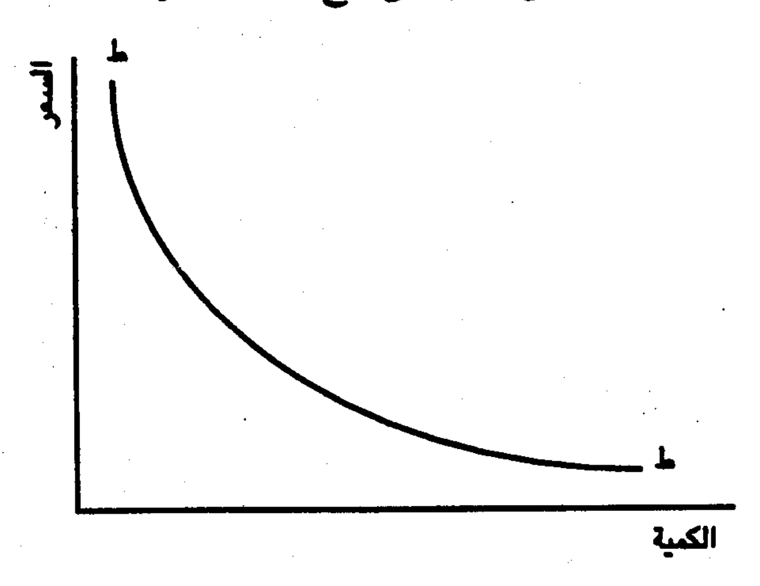
ستكون لدى المُنتج الوحيد المحتكر للسوق المعلومات الكاملة حول جميع العوامل التى تؤثر فى تلك الصناعة من المعرفة الفنية والتكنولوجية إلى مصادر توريد المدخلات ، وطبيعة المستهلكين ... وغيرها. وسيعمل هذا المُنتِج المحتكر باستمرار على حجب تلك المعلومات عن الآخرين، وهذا بدوره يعد أحد العوامل المانعة لدخول مُنتِجين جدد إلى الصناعة.

ويترتب على تلك الخصائص الأربعة مجتمعة أن يمارس المحتكر تأثير وسيطرة كبيرة على السعر ، وذلك لأنه العارض الوحيد فى السوق، وبذلك يستطيع تغيير السعر مباشرة أو تغيير السعر بأسلوب غير مباشر عن طريق تغيير الكمية المعروضة طالما كان تغيير السعر فى مصلحته.

ومن ثم سيكون ميل منحنى الطلب على مُنتَج المنشأة المحتكرة سالب الميل خلافاً لمنحنى الطلب على مُنتَج المنشأة فى المنافسة الكاملة الذى يكون خطا أفقيا (لانهائى المرونة). وسيكون منحنى الطلب على مُنتَج المنشأة المحتكرة على النحو الموضح بالشكل (٣-١١) ، وسنعتمد على هذا المنحنى ذو الميل السالب لتحليل إيرادات المنشأة فى الأسواق الاحتكارية ، ولكن سنفترض أن هذه العلاقة خطية ، وسيتم رسم منحنى الطلب فى صورة خط مستقيم سالب الميل ، كما هو موضح فى الشكل رقم (٤-١١/ ب)

شكل رقم (٣-١١)

منحنى الطلب على مُنتَج المنشأة المحتكرة



٢-٢ : إيرادات المنشأة فى سوق الاحتكار الكامل :

لن تختلف طريقة حساب الإيرادات للمنشأة المحتكرة عن تلك التى اتبعت فى حساب الإيرادات للمنشأة فى سوق المنافسة الكاملة ، فيحسب الإيراد الكلى (أ ك) للمنشأة بضرب حجم الإنتاج (ك) فى السعر (ث) ، ويحسب الإيراد المتوسط (أ م) للمنشأة بقسمة الإيراد الكلى (أ ك) على حجم الإنتاج (ك) ودائماً يكون الإيراد المتوسط هو السعر، ويحسب الإيراد الحدى بقسمة التغير فى الإيراد الكلى (Δ أ ك) على التغير فى حجم الإنتاج (Δ ك) لنحصل على التغير فى الإيراد الكلى المقابل للتغير فى الإنتاج بوحدة واحدة فقط.

$$\text{أ ك} = \text{ث} \times \text{ك}$$

$$\text{أ م} = \frac{\text{أ ك}}{\text{ك}} = \frac{\text{ث ك}}{\text{ك}} = \text{ث}$$

$$\text{أ ح} = \frac{\Delta\,\text{أ ك}}{\Delta\,\text{ك}} = \frac{\text{ث}_{2}\text{ك}_{2} - \text{ث}_{1}\text{ك}_{1}}{\text{ك}_{2} - \text{ك}_{1}} \neq \text{ث}$$

وحيث إن هناك علاقة بين الإيراد الحدى ومرونة الطلب على النحو التالى:

$$\text{أح} = \text{ث} - \frac{\text{ث}}{|\text{مر}_{\text{ط}}|}$$

حيث : صفر > $\text{مر}_{\text{ط}}$ > ∞

ولما كانت مرونة الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة دائماً أقل من مالانهاية ، فإن الإيراد الحدى سيكون دائماً أقل من الإيراد المتوسط (السعر) بما يعادل السعر مقسوماً على مرونة الطلب . $\frac{\text{ث}}{|\text{مر}_{\text{ط}}|}$

وبافتراض أن المُنتِج المحتكر سيُقدم على تغيير أسعار البيع على النحو الموضح بالجدول التالى وتتغير الكميات المباعة وفقاً لذلك كما هو موضح قبالة كل سعر، فيمكن حساب الإيراد الكلى والإيراد المتوسط والإيراد الحدى من خلال الجدول رقم (٢-١١) على النحو التالى :

جدول (٢-١١)

إيرادات المنشأة فى الأسواق الاحتكارية

الكميات المباعة (حجم الإنتاج)	سعر البيع ث = جنيه	أ ك ألف جنيه	أ م = ث جنيه	أ ح < ث جنيه
١٠	١٦	١٦٠	١٦	١٦
٢٠	١٥	٣٠٠	١٥	١٤
٣٠	١٤	٤٢٠	١٤	١٨
٤٠	١٣	٥٢٠	١٣	١٠
٥٠	١٢	٦٠٠	١٢	٨
٦٠	١١	٦٦٠	١١	٦
٧٠	١٠	٧٠٠	١٠	٤
٨٠	٩	٧٢٠	٩	٢
٩٠	٨	٧٢٠	٨	صفر
١٠٠	٧	٧٠٠	٧	٢-

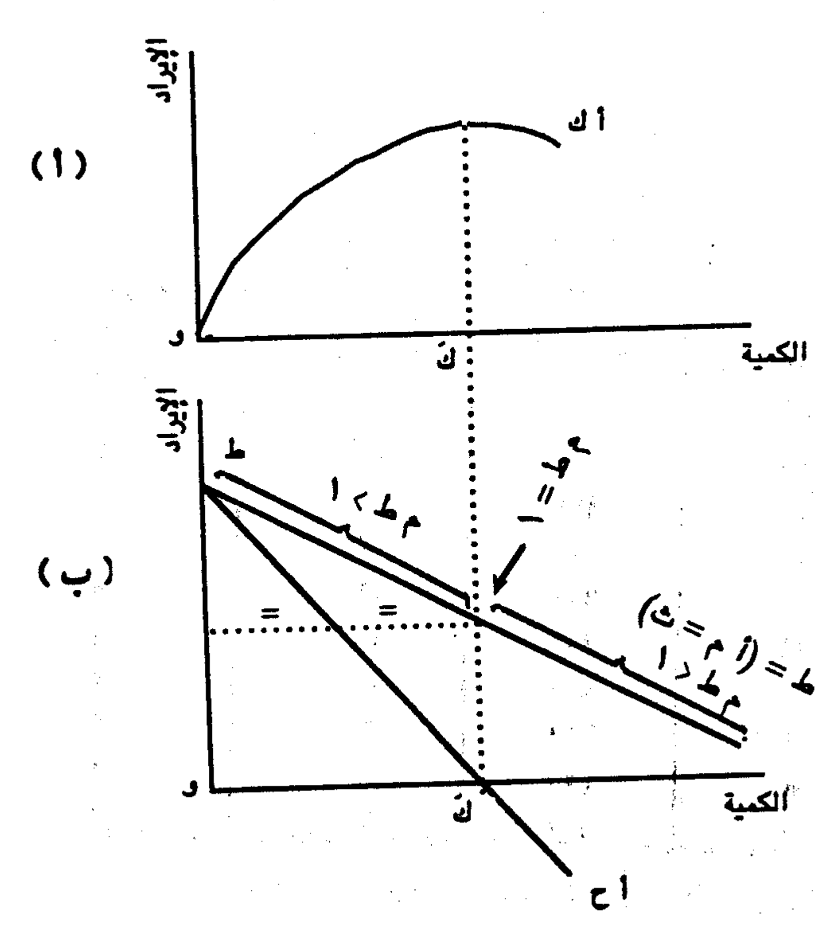
ويمكن تمثيل منحنيات الإيرادات الخاصة بالمنشأة التى تعمل فى سوق الاحتكار بيانياً على النحو الموضع بالشكل (٤-١١) .

ويوضح الشكل (٤-١١) منحنيات الإيراد الكلي والمتوسط والحدى للمنشأة التى تعمل فى الأسواق الاحتكارية سواء كانت هذه السوق احتكار كامل أو منافسة احتكارية أو احتكار قلة .

ففى الجزء الأعلى من الشكل نلاحظ أن الإيراد الكلى يبدأ من الصفر ولكنه يتزايد بمعدلات بطيئة أو متناقصة مع زيادة الكميات المُنتَجة إلى أن يصل أقصى قيمة له عند حجم الإنتاج (و كَ) ، وإذا زاد الإنتاج عن ذلك تبدأ الناتج الكلى فى التناقص، وهنا يأخذ منحنى الإيراد الكلى شكل المنحنى (علاقة غير خطية) وليس خطاً مستقيماً كما سوق المنافسة الكاملة .

شكل رقم (١-٣)

إيرادات المنشأة فى الأسواق الاحتكارية



وفى الجزء الأسفل من الشكل يكون منحنى (أ م) خطاً مستقيماً ينحدر لأسفل مع زيادة الكمية المنتجة ، حيث يمثل (أ م) السعر وإن السعر فى الأسواق الاحتكارية يتناقص مع زيادة الكمية المُنتّجة ، ويمثل منحنى (أ م) منحنى الطلب على منتجات المنشأة ، ويكون منحنى (أ ح) خطاً مستقيماً ولكنه ينصف المسافة المحصورة أسفل منحنى الطلب (أ م) ، أى أن الإيراد الحدى يكون دائماً أقل من (أ م) . ويلاحظ أن الإيراد الحدى يكون موجب عندما تكون (مر د > ١) (النصف العلوى من منحنى الطلب) ، ويكون الإيراد الحدى مساوياً للصفر عندما يكون (أ ك) عند أقصى قيمة له عند حجم الإنتاج (و كَ) وذلك عندما تكون (مر د = ١) (نقطة منتصف منحنى الطلب) ، ويكون الإيراد الحدى سالب عندما يتناقص الإيراد الكلى عند أحجام الإنتاج التى تزيد (و كَ) ، عندما تكون (مر د < ١) (النصف الأسفل من منحنى الطلب).

٣ : طبيعة السوق وإيرادات المنشأة فى سوق منافسة (احتكار) القلة:

تحدد طبيعة السوق التي تعمل المنشأة في إطارها شكل دالة إيرادات المنشأة ، فكما نعلم أن إيرادات المنشأة تحسب بضرب سعر الوحدة من المُنتَج في الكمية المنتجة من هذا المُنتَج ، أي أن إيرادآت المنشأة تتوقف علي الكمية التي يمكن للمنشأة إنتاجها والسعر الذي يمكنها البيع به في السوق، وتحدد طبيعة السوق مدي قدرة المنشأة في السيطرة علي السعر أو كميات الإنتاج ، ومن ثم قدرة المنشأة علي التحكم في شكل دالة الإيرادات الخاصة بها.

٣-١ : طبيعة سوق احتكار (منافسة) القلة :

بتحليل المحددات الأربعة لدرجة تنافسية السوق التى تخضع لقواعد احتكار (منافسة) القلة ، نلاحظ أن سوق منافسة القلة تتميز الآتى :

١) عدد قليل من المُنتِجين وعدد كبير من المشترين[١]:

يوجد عدد قليل نسبياً من المنشآت التى تعمل فى سوق احتكار القلة، فعندما نسمع عن الثلاثة الكبار أو الأربعة الكبار أو الستة الكبار فإننا نكون على يقين (نسبياً) بأن الصناعة تعمل فى ظل احتكار القلة . ولايعنى ذلك ، بالطبع، أن الثلاثة أو الأربعة الكبار يتقاسمون السوق بأكمله، فربما يسيطر هذا العدد القليل من المنشآت على ٧٠٪ أو ٨٠٪ من السوق ، بينما يعمل بجانبها مجموعة متنافسة من المنشآت الأصغر تتعامل فى بقية السوق. وعندما يسيطر عدد قليل من المنشآت على السوق يكون لكل منها نصيب كبير من السوق بدرجة تجعل قراراتها وسياساتها مؤثرة على المنشآت الأخرى.

وحيث إن كل منشأة تعرض نسبة كبيرة من إجمالى إنتاج الصناعة ، فإن السياسات و الإجراءات التى تتخذها أى منشأة منهم فى محاولة لزيادة نصيبها من السوق سيكون لها أثر مباشر وفورى وجوهرى على منافسيها، لهذا ، يتعين على كل منشأة أن تدرس بعناية وحكمة ردود الأفعال التى تتوقعها من المنشآت المنافسة ، وهى بصدد التفكير فى تغيير سعر السلعة ونفقات الإعلان ونوعية وجودة السلعة ... أو غيرها من الإجراءات التى تؤثر على المنشآت الأخرى العاملة فى السوق إذ من المتوقع أن تقوم هذه المنشآت المنافسة بإتخاذ إجراءات مضادة تحمى بها نفسها، وفى جميع الأحوال عندما تقدم إحدى المنشآت على اتخاذ إجراءات ضارة بالآخرين سيكون هؤلاء على بينة من تحديد المنشأة المسئولة عن إحداث الضرر ويستطيعون بناءاً على ذلك من الانتقام ، ومن ثم يتعين على أى منشأة قبل البدء فى اتخاذ مثل هذه القرارات أن تقوم بدراسة وتحليل آثار كل إجراء وتقييمه ، وهذا التداخل الواضح والمتبادل بين المنشآت العاملة فى السوق يمثل وضع مميز لاحتكار القلة .

---

(١) وعندما نواجه حالة سوق بها عدد قليل من المشترين في مواجهة عدد كبير من المنتجين (البائعين) ، يطلق عليها سوق منافسة القلة للشراء Oligopsony .

وتمثل صناعة السيارات مثالاً واضحاً لسوق احتكار القلة ، ففى الولايات المتحدة تتجاوز مبيعات السيارات سنوياً ١٠٠ مليار جنيه، تسيطر ثلاث شركات على ٩٧٪ من تلك المبيعات، ومن الأمثلة الأخرى لذلك صناعة الكيماويات، وصناعة الصلب، ومعظم صناعات السلع المنزلية الكهربائية ...

٢) تجانس أو تمايز المُنتَّجات :

قد تنتج المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة مُنتَّجات متجانسة أو مُنتَّجات متمايزة ، وللمقارنة بين نوع السلع التى تنتجها المنشآت التى تعمل فى إطار سوق احتكار القلة ، يمكن التمييز بين نوعين لأسواق احتكار القلة:

احتكار القلة التام Pure Oligopoly : وهو الحالة التى تنتج المنشآت العاملة فى الصناعة مُنتَّجات متجانسة ، بحيث يكون مُنتَّج المنشأة (أ) متشابه بدرجة كبيرة جداً مع مُنتَّج المنشأة (ب) ... وهكذا .

وينطبق ذلك على جميع الصناعات التى تعمل فى ظل احتكار القلة والتى تنتج المواد الخام أو السلع النصف مصنعة فإنها تعرض فى العادة مُنتَّجات متماثلة للمشترى. فعلى سبيل المثال، نجد أن معظم المُنتَّجات المعدنية (من الصلب والنحاس والرّصاص والزنك والألومنيوم) وكذلك الأسمنت والمنسوجات تمثل مُنتَّجات متماثلة يقوم بإنتاجها عدد قليل من المنشآت التى تسيطر على السوق.

احتكار القلة المتمايز Differentiated Oligopoly : وهو الحالة التى تنتج المنشآت العاملة فى الصناعة مُنتَّجات متمايزة ، بحيث يمكن تمييز مُنتَّج المنشأة (أ) بوضوح عن مُنتَّج المنشأة (ب) ... وهكذا، وقد يكون التمييز فى بعض الخصائص المادية الفعلية للمُنتَّج ، أو التعبئة والتغليف، أو العلامات التجارية، أو مكان التسليم ، أو الضمان وخدمات ما بعد البيع للمُنتَّجات ... وغيرها.

وينطبق ذلك على جميع الصناعات التى تعمل فى ظل احتكار القلة وتنتج

سلعة استهلاكية نهائية حيث تعرض هذه المنشآت عادة مُنتَّجات مميزة للمشترين. ومن أمثلة هذه السلع : السيارات وإطارات السيارات والمُنتَّجات البترولية، والصابون، والسجائر والأقلام والعديد من الأجهزة الكهربائية وصناعة الأدوية،...... وغيرها من السلع التى تنتجها صناعات تعمل فى ظل احتكار القلة ، حيث يكون التمييز السلعى الاحتكارى واضحاً إلى درجة كبيرة .

٣) صعوبة انتقال عناصر الإنتاج :

يعتبر دخول منشآت جديدة للصناعة التى تعمل فى إطار سوق احتكار القلة عملية صعبة للغاية ، وأيضاً فإن خروج منشآت قائمة من الصناعة يعد أمراً صعباً نظراً لضخامة استثمارات المنشأة ، والتى يصعب اتخاذ قرار بتصفيتها وتحويلها لفرع إنتاجى آخر.

وإذا كانت الصناعات التى تعمل فى إطار الاحتكار الكامل تعد صناعات مغلقة تماماً ولاتسمح بدخول مُنتجين جدد، تظل الاحتمالات قائمة لدخول منشآت جديدة للصناعات التى تعمل فى إطار احتكار القلة، ولكنها تكون غاية فى الصعوبة والتعقيد بما يحوطها من معوقات كثيرة[١] . لذلك فإن انتقال الموارد من وإلى الصناعة لن يكونَ بالسهولة والسرعة المرغوبتين.

٤) معرفة ناقصة بظروف السوق :

قد تؤثر درجة الإلمام بحقائق الصناعة فى مقدرة المنشأة التى تعمل فى سوق احتكار القلة على تغيير قراراتها أكثر مما لو كانت تعمل فى ظل الهياكل السوقية الأخرى، ففى احتكار القلة البحت قد تكون المعلومات المتاحة عن أسعار الموارد وتكلفة النقل والتكنولوجيا القائمة وغيرها من العوامل أكبر منها فى حالة احتكار القلة المتمايز؛ وفى كل حالة يوجد أسرار خاصة أقل مما يجب أن يسمح به لمعظم

---

(١) سيتم تناول تلك الحواجز والمعوقات بالتحليل التفصيلي في البند ٥ من هذا الفصل.

المنشآت. وكثيراً ما ينتقل العمال عن منشأة إلى أخرى فى نفس الصناعة ، وعندئذ يحقق المتجون فى المنشآت التى انتقل إليها العمال مكاسب نتيجة المعلومات الإضافية التى حصلوا عليها من هؤلاء العمال عن المنشآت التى كانوا يعملون بها من قبل، وقد يفعلون ذلك عفوياً أو عمداً. ولايخفى كذلك أن هناك قدراً معيناً من الجاسوسية الصناعية الصريحة، وهو أمر ليس بجديد فى الصناعات التى تعمل فى ظل احتكار القلة . وتلجأ كثير من المنشآت إلى فرض نطاق كامل من السرية والأمن حول الأبحاث وأنشطة التطوير وخطط المنتجات الجديدة وغيرها من الأنشطة التى تخشى من انتقالها إلى المنشآت المنافسة.

وفى بعض الحالات، حيث يغيب الإلتزام القانونى، فقد ترفض المنشآت أن تعطى معلومات (مثل مستويات المخزون) للأجهزة الحكومية ، وهى معلومات تساعد فى تقويم حالة الاقتصاد القومى برمته ، نظراً لأن إتاحة مثل هذه المعلومات للمنشآت المنافسة ينظر إليه على أنه ضرر محتمل. وكل ذلك يحد بالطبع من تدفق المعلومات داخل الصناعة

٣-٢ : إيرادات المنشأة فى سوق احتكار (منافسة) القلة:

ويترتب على تلك الخصائص الأربعة مجتمعة أن منحنى الطلب على مُنْتَج المنشآت التى تعمل فى سوق احتكار القلة سيكون سالب الميل، وتعتمد درجة استجابة الكمية المباعة للتغير فى السعر على درجة الاختلاف بين المنتجات، فقد يكون هناك مجال قليل لاختلاف السعر بين المنشآت التى تنتج متجات متجانسة مثل المنشآت التى تعمل فى صناعة مواد البناء، بينما هناك اختلاف كبير فى السعر بين المنتجات التى بينها تمايز كبير مثل السيارات. وكما سوف نرى فان هناك صوراً معينة وبالذات فى حالة احتكار القلة البحت نعتبرها متلقياً للسعر (Price Takers) ومن ثم تتصرف مثل المنشآت التى تعمل فى ظل المنافسة التامة ، ويتخذ منحنى الطلب لها شكلاً أفقياً.

وتواجه المنشأة الفردية العاملة في سوق احتكار القلة ظروف متباينة للطلب،

خلافاً للمنشآت العاملة في إطار هياكل الأسواق الأخري. ففي بعض الحالات يكون بمقدور المنشأة التنبؤ بردود أفعال المنشآت الأخري تجاه التعديلات التي تجريها المنشأة ، وفي مثل هذه الحالات يسهل تحديد منحني الطلب الذي يواجه المنشأة الفردية ، فإنه في حالات أخري يتعذر علي المنشأة التنبؤ بردود أفعال المنشآت الأخري تجاه التعديلاتي تجريها المنشأة ، ومن ثم يتعذر علي المنشأة تحديد شكل وقوة منحني الطلب الذي يواجه المنشأة الفردية.

٤ : طبيعة السوق وإيراد المنشأة في المنافسة الاحتكارية:

تحدد طبيعة السوق التي تعمل المنشأة في إطارها شكل دالة إيرادات المنشأة ، فكما نعلم أن إيرادات المنشأة تحسب بضرب سعر الوحدة من المُنتَّج في الكمية المنتجة من هذا المُنتَّج ، أي أن إيرادات المنشأة تتوقف علي الكمية التي يمكن للمنشأة إنتاجها والسعر الذي يمكنها البيع به في السوق، وتحدد طبيعة السوق مدي قدرة المنشأة في السيطرة علي السعر أو كميات الإنتاج ، ومن ثم قدرة المنشأة علي التحكم في شكل دالة الإيرادات الخاصة بها.

٤-١ : طبيعة سوق المنافسة الاحتكارية :

تعتبر سوق المنافسة الاحتكارية أقرب لخصائص سوق المنافسة الكاملة منها لسوق الاحتكار، وبتحليل المحددات الأربعة لدرجة تنافسية السوق التى تخضع لقواعد المنافسة الاحتكارية ، نلاحظ أن سوق المنافسة الاحتكارية تتميز بالآتى :

١) عدد كبير نسبياً من البائعين وعدد كبير جداً من المشترين[١] :

حيث يوجد عدد كبير من المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الاحتكارية، ولكن هذا العدد أقل بصفة عامة من عدد المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الكاملة . ولايشترط أن يكون هذا العدد ١٠٠٠ أو ١٠٠٠٠ منشأة تعمل بالصناعة ،

---

(١) وعندما نواجه حالة سوق بها عدد كبير نسبياً من المشترين في مواجهة عدد كبير جداً من المنتجين، يطلق عليها سوق منافسة احتكارية في جانب الشراء Monopsonistic Competition

ولكن ربما يكون ٣٠ أو ٤٠ أو ١٠٠ منشأة لهم نفس الحجم تقريباً. ومن المهم أن تقوم كل منشأة بإنتاج حصة صغيرة من حجم الإنتاج الكلى المعروض فى السوق من المُنتَج . وبالتالى لايكون لأى من تلك المنشآت قدر كبير من حرية التصرف فى تحديد السعر، وتميل أسعار المُنتَجات فى المنشآت المختلفة إلى التقارب إلى حد بعيد، ولكنها لاتصل إلى البيع بسعر واحد كما هو الحال فى المنافسة الكاملة .

٢) تمايز المُنتَجات :

إن أهم يميز سوق المنافسة الاحتكارية أن المنشآت العاملة فى الصناعة تنتج مُنتَجات متمايزة عن بعضها، وقد يكون هذا التمايز باختلافات مادية حقيقية ، أو بالعلامة والأسم التجارى ، أو بالتعبئة والتغليف، أو بالماركة المسجلة ، أو أية ملامح أخرى تسمح للمستهلك بأن يفرق بين مُنتَج منشأة وأخرى، وتجعله يفاضل بين تلك المُنتَجات.

٣) درجة عالية من الحرية لانتقال عناصر الإنتاج :

يكون الدخول إلى والخروج من الصناعة فى سوق المنافسة الاحتكارية أسهل نسبياً ويكون وضعاً معتاداً ، وتكون القيود على دخول الصناعة قليلة جداً ، ويسهل التعامل معها، وفى العادة تكون قيود مفروضة بواسطة الحكومة مثل التراخيص الصحية ... وغيرها، كما أن رأس المال المطلوب لتلك المشروعات يكون غير ضخم مما يساعد فى سهولة تكوين منشآت جديدة ودخولها للعمل فى هذه الصناعة .

٤) معرفة كاملة تقريباً بظروف السوق :

تمتلك المنشآت فى سوق المنافسة الاحتكارية معلومات كاملة تقريباً حول العوامل المؤثرة فى السوق والتى قد تؤثر على القرارات داخل المنشأة . حيث تمتلك جميع المنشآت نفس الحرية والقدرة على الوصول إلى القاعدة التكنولوجية الحالية ، وتمتلك القدرة على الحصول على معلومات متساوية حول طلب السوق على مُنتَجاتهم من خلال الاتحادات التجارية والمطبوعات الحكومية الخاصة ، وتمتلك جميع

المنشآت قدر معقول من المعرفة بالأسعار التى تفرضها المنشآت المنافسة ، وكذلك مستوى إنتاج أو مبيعات المنشآت الأخرى.

٢-٤ : إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية :

ينطبق على إيرادات المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية نفس أشكال منحنيات الإيراد التى تنطبق على المنشأة فى سوق الاحتكار الكامل ، وقد سبق توضيح ذلك .

٥ : حواجز دخول الصناعة وخلق الأسواق الاحتكارية :

هناك العديد من الحواجز التى تؤدى إلى الحد من حرية دخول مُنتجين جدد للصناعة ، ومن ثم تحد من المنافسة فى السوق وتخلق أوضاع احتكارية فى السوق قد تصل إلى الاحتكار الكامل، وقد تكون تلك الحواجز اقتصادية أو فنية أو تشريعية .... أو غير ذلك .

ويفيد تحليل هذه الحواجز فى تقديم تفسير ليس فقط لظهور سوق الاحتكار المطلق، ولكن كذلك تفيد فى تفسير ظهور صور هياكل السوق الاحتكارية الأخرى سواء سوق المنافسة الاحتكارية ، أو سوق احتكار القلة . ففى حالة الاحتكار الكامل تكون هذه الحواجز ضخمة وقوية بدرجة تكفى لمنع دخول مُنتجين جدد للصناعة نهائياً. وعندما تكون هذه الموانع أقل درجة فإنها تسمح بظهور احتكار القلة حيث يسيطر على السوق عدد قليل جداً من المُنتجين لكلٍ منهم تأثير قوى على السوق، وعندما تكون تلك الموانع أضعف قليلاً تسمح بظهور سوق المنافسة الاحتكارية حيث تسمح بظهور عدد كبير نسبياً من المنشآت العاملة فى الصناعة ، وسوف يتم تناول تلك الحواجز(١) بالتحليل التفصيلى على النحو التالى :

١) وفورات الحجم :

إن الاتجاه إلى تطبيق الأساليب الفنية الجديدة (التكنولوجيا المتقدمة) فى الصناعة من أجل تحقيق كفاية إنتاجية أعلى وتخفيض تكاليف الإنتاج مرهون بوجود وحدات

(١) قد تعمل تلك العوامل منفردة ، وقد يتحد عامل أو أكثر من تلك العوامل أو جميعها للحد من الدخول إلي الصناعة.

إنتاجية (منشآت) كبيرة الحجم ، سواء من الناحية المطلقة أو بالنسبة لحجم السوق ، فعندما تكون وفورات الحجم كبيرة وجوهرية فإن منحنى متوسط التكلفة للمنشأة سيستمر فى التناقص إلى مدى كبير من الإنتاج . وعلى ضوء الطلب المحدد فى السوق يعتمد تحقيق تكاليف منخفضة للوحدة ، ومن ثم أسعار منخفضة للوحدة على توافر عدد قليل من المنشآت الكبيرة أو فى الحالة المتطرفة على وجود منشأة واحدة . مثال ذلك صناعة السيارات والحديد والصلب والألومنيوم . فإذا كانت هناك ثلاثة منشآت فقط تعمل فى الصناعة وتتمتع بوفورات الحجم المتاحة ، وتسيطر كل منها على ثلث السوق فلاشك أن هذه الظروف تجعل من الصعب على منافس جديد بل من المستحيل عليه أن يدخل هذه الصناعة، فمن ناحية نجد أن المنشآت الجديدة التى تدخل السوق تبدأ فى العادة بحجم صغير، ويكون لديها فرصة قليلة للبقاء والصمود والتوسع أمام المنافسة القاتلة مع المُنتجين الكبار الذين ثبتوا دعائمهم فى السوق، لأن المنشآت الصغيرة التى تدخل الصناعة لاتستطيع الاستفادة من الوفر فى التكلفة الذى تتمتع بها الثلاثة الكبار من المُنتجين ، ومن ثم لاتستطيع تحقيق الأرباح اللازمة للاستمرار والنمو. فالمنافسين الجدد فى صناعة السيارات أو صناعة للصلب لن ينجحوا فى دخول مثل هذه الصناعة عن طريق نجاح عملياتهم والتوسع فى صناعة صغيرة لا تكون لديها الإمكانيات الكافية التى تعينها على البقاء. والاختيار الوحيد الآخر أمامها هو البداية بحجم كبير أى تدخل الصناعة كمُنتج كبير، والحقيقة أن تحقيق ذلك فى الواقع العملى يكون مستحيلاً، إذ يصعب على مؤسسة جديدة ليس لها تجربة سابقة أن تكون قادرة على تأمين رأس المال اللازم للحصول على المعدات والأدوات الرأسمالية التى تقارن بمثيلاتها فى المنشآت الثلاث الكبيرة العاملة فى صناعة السيارات. فالعوائق المالية أمام البداية الكبيرة كثيرة وضخمة فى كثير من الحالات بحيث تكون مانعة .

٣) المنافع العامة : الاحتكارات الطبيعية :

إن وفورات الحجم تكون واضحة وقاطعة فى بعض الصناعات.. وفى نفس

الوقت تكون المنافسة فيها غير عملية وغير ملائمة أو ببساطة غير قابلة للتطبيق مثل هذه الصناعات تسمى بالاحتكارات الطبيعية ، ويدرج تحتها معظم مشروعات المنافع العامة ، مثل : شركات الكهرباء والغاز والنقل العام والسكك الحديدية والمياه والصرف الصحي والمواصلات. وتحصل هذه الصناعات عامة على امتيازات خاصة من الدولة . ولما كانت هذه الصناعات لها طبيعة احتكارية تتعهد الحكومات بالقيام بها بنفسها أو الإشراف عليها.. وحين تمنح الدولة حقه امتياز لإحدى الشركات أو الهيئات بتقديم مثل هذه الخدمات كالنقل بالأتوبيسات أو إمداد الكهرباء مثلاً، فإنها تحتفظ لنفسها بحق تنظيم أعمال هذه الاحتكارات كي تمنع الاستغلال وسوء استخدام القوة الاحتكارية الممنوحة لها.

ولتوضيح ذلك دعنا نفترض وجود عدد من المنشآت التي تعمل في منطقة ما على توريد المياه أو الكهرباء يمثل إسرافاً متزايداً للمجتمع وسوء في استخدام الموارد الاقتصادية . فأساليب الإنتاج في هذه الصناعات تحتم توظيف أموال كبيرة في استثمارات كثيفة من المعدات الرأسمالية الثابتة مثل المولدات الكهربائية ومعدات الضخ والتنقية وغيرها من المعدات التي تحمل المنشأة أعباء تكاليف ثابتة ثقيلة . وتتفاقم أعباء هذه التكاليف تبعاً للضرورة التي تحتم أن تكون هذه المعدات الرأسمالية كافية لمقابلة الطلب عليها عند الذروة والتي تحدث في أيام الصيف الحارة، حيث يقبل الأفراد على ري المساحات الخضراء بالمياه ويزيدون استخدام أجهزة التكييف ، ويعني ثقل أعباء هذه التكاليف الثابتة أن تكاليف إنتاج الوحدة تتناقص مع زيادة عدد الأمتار المكعبة من المياه وعدد الكيلووات ساعة من الكهرباء التي توزعها كل منشأة ، لذلك فإن تواجد عدد من الموردين للمياه والكهرباء سوف يقسم السوق بينهم. ومن ثم ينخفض حجم مبيعات كل منافس منهم. وعلى ضوء انخفاض مبيعات المنشأة تضطر إلى العودة إلى الخلف على الجزء المتناقص من منحنى متوسط التكلفة . ويكون استخدام المنشآت للطاقة الثابتة غير كامل ويترتب على وجود مثل هذه الطاقات العاطلة ارتفاع تكلفة الوحدة ، ومن ثم ارتفاع سعر الكهرباء والمياه

كذلك فإن المنافسة فى هذه الحالة قد تؤكد عدم جدواها. فلوجود ستة شركات، مثلاً ، تقدم خدمات التليفون فى أحد المناطق يتضمن وضع غير ملائم فى أداء هذه الخدمة نتجة لوجود عدد ٦ شركات للتليفون وعدد ٦ شركات لطبع وتوزيع دليل التليفون وربما٦ فواتير كذلك . لضمان تسهيل الاتصال بين المقيمين بنفس المدينة . هذا من ناحية عدم ملائمة الخدمة فقد يستخدم أحد سكان منزل من المنازل خدمات شركة (أ) مثلاً بينما يستخدم جاره خدمات الشركة (ب) . ومن ثم يكون الاتصال بينهم غير مباشر ولايتم إلا عن طريق التنسيق بين الشركتين.... وهكذا، كذلك فإن كل منشأة من هذه المنشآت سوف يكون لها شبكاتها الخاصة بها ومحطات القوى الخاصة بها. ومن ثم يكون هناك إسراف فى تكرار إنشاء مثل هذه الشبكات. ومحطات القوى دون داعى .. الأمر الذى يحمل المستهلك بأعباء تكاليف ثابتة باهظة ، ويحمل المجتمع بأعباء تبديد فى الموارد وعدم استغلالها بكامل طاقتها.

ولما كانت المنشآت حريصة على توزيع أعباء تكاليفها الثابتة على أكبر عدد ممكن من المستفيدين بالخدمة ، ومن ثم تحقق أقل تكاليف للوحدة . فإن المنافسة على تخفيض السعر ستكون قاسية بل قاتلة فى حالة وجود عدد من المنشآت القائمة بتقديم الخدمة فى مثل هذه المرافق العامة . وقد تكون النتيجة خسائر وإفلاس المنافسين الضعفاء منهم وحتمية إندماج من تبقى منهم فى الإنتاج بعد هذه المعركة التنافسية . وظهور المحتكر الفرد بعد هذه العملية يدفعه إلى الرغبة فى تغطية الخسائر التى منى بها فى الماضى وتحقيق أرباح كاملة من الوضع الجديد المسيطر على السوق بتحديد أسعار باهظة على ما يقدمه من سلع.

ولتجنيب هذه المساوئ الضارة بالمجتمع تقوم الحكومة بإنتاج هذه السلع والخدمات مباشرة أو تمنح امتياز لأحد المنشآت للتعهد بتوريد المياه والغاز الطبيعى والكهرباء وخدمات التليفون والسكك الحديدية والنقل بالأتوبيسات .... وغيرها من المرافق العامة المشابهة . وفى مقابل ذلك تحتفظ الحكومة بالحق فى تحديد المنطقة

الجغرافية التى يزاول فيها المحتكر نشاطه وعملياته وتجدد الأسعار التى يقدم بها سلعه وخدماته للجمهور. وينشأ نتيجة لذلك احتكار منضبط (أو تحت إشراف الدولة) بهدف تحقيق تكلفة منخفضة للوحدة ، ولكنه منضبط فى ظل قواعد تنظمها الدولة لضمان استفادة المستهلك من هذه الوفورات فى التكلفة.

٣) ملكية المواد الخام الأساسية :

عندما تمتلك إحدى المنشآت أو تسيطر على المواد الخام الأساسية اللازمة للإنتاج فإنها بذلك تستطيع من خلال هذه الملكية أو السيطرة أن تمنع دخول منافسين فى الصناعة ويكون ذلك واضحاً فى الصناعات التى تعتمد على المواد الخام المعدنية كمدخلات لها، ومن الأمثلة التقليدية لمثل هذه الحالات .. المثال الخاص بشركة الألمونيوم الأمريكية التى احتفظت لنفسها بمركز احتكارى لعدة سنوات بسيطرتها على جميع المصادر الأساسية لمادة البوكسيت الذى يمثل المادة الخام الرئيسية فى تصنيع الألومنيوم . كذلك فإن الشركة الدولية للنيكل بكندا ظلت تسيطر على نحو ٩٠٪ من احتياطيات النيكل المعروفة عالمياً. وتمتلك شركة ديبيرز Debeers فى جنوب أفريقيا معظم مناجم الماس فى العالم.

٤) براءات الاختراع والبحوث Patents and Research :

إن منح المخترع حق امتياز فى السيطرة على إنتاج سلعة ما لعدة سنوات ، إنما يهدف إلى حماية المخترع من اغتصاب السلعة التى ابتكرها أو العملية الإنتاجية التى قدمها من جانب المنافسين الذين لم يساهموا بأى جهد أو وقت أو نفقات نقدية فى سبيل تطويرها. وطبيعى أن براءات الاختراع تعطى المخترع مركز احتكارى طول حياة هذه البراءة . ولقد ساهمت حقوق الملكية أو براءات الاختراع فى نمو عدد من المنشآت الصناعية العالمية العملاقة مثل شركات جنرال موتورز للسيارات، وناشيونال كاش ريجستر لآلات تسجيل النقود، شركة جنرال الكتريك للأجهزة والمعدات الكهربائية وغيرها من كبرى الشركات العالمية .

وطبيعى أن الوصول إلى تطوير واختراع مُنتَّجات جديدة يحتاج إلى جهود مضنية فى البحث والدراسة ونفقات ضخمة على البحوث والباحثين ، ولذلك فإن براءات الاختراع التى تمنح للمخترع تكون مشفوعة بالبحوث التى يستند عليها هذا الاختراع . وتكتسب المنشآت قوة احتكارية عن طريق ما تجريه من بحوث أو عن طريق شراء الاختراع من الآخرين لتقوى مركزها فى السوق. ويمكن استخدام الأرباح التى تحققها المنشآت من أحد الاختراعات الهامة التى تقدمها فى تمويل البحوث اللازمة لتطوير مُنتَّجات مبتكرة جديدة .وقد تكون القوة الاحتكارية المترتبة على براءات الاختراع تراكمية.

٥) المنافسة غير النظيفة Unfair Competition :

ربما تلجأ بعض المنشآت إلى القضاء على منافسيها بل وتضع حائلاً دون دخول منافسين جدد بالتمادى فى ممارسات مخربة ووسائل قاسية تجاه المُنتجين الآخرين فى السوق. ومن الأساليب المألوفة فى هذا الصدد لجوء هذه المنشآت إلى التحقير من مُنتَّجات المنافسين، وممارسة الضغوط على موردى المواد والموارد اللازمة للإنتاج كى تمتنع عن توريد الموارد المنافسين ، وتمارس ضغوط على البنوك لتقييد الإئتمان الممنوح لهم، ومحاولة استقطاب الكفاءات من ذوى المهارات والخبرات والتخصصات المرتفعة، وخفض الأسعار بهدف إفلاس المنافسين.

وتعد هذه الممارسات وسائل غير مشروعة ، ولكن التفرقة بين ما هو مشروع وما هو غير مشروع فى مسألة السياسات السعرية مسألة ليست قاطعة ، إذ كيف يمكن التفرقة بين المنافسة السعرية المستندة على ميزة تكتسبها المنشأة نتيجة لكفاءة إنتاجها وانخفاض تكلفة الإنتاج ، بين المنافسة السعرية التى تتبع بقصد القضاء على المنافسين وإفلاسهم.

٦) وفورات السبق والشهرة Economies of Being established :

لاشك أن المنشأة التى ثبتت دعائمها فى السوق وقطعت شوطاً فى ممارسة المهنة

لها ميزات متعددة تتفوق بها على المنشآت المنافسة الوليدة التى مازالت تحبوا فى السوق، فهناك العديد من الأسباب والمبررات التى تبين قدرة المنشأة العاملة فى السوق على الاستمرار والازدهار بينما المنشأة الحديثة لسبب أو لآخر حين تبدأ فى التأسيس قد تفشل وتغلق أبوابها. فالمنشآت القائمة والتى قطعت شوطاً فى ممارسة الأعمال فى السوق تتوافر لديها القدرة على الحصول على ما تحتاجه من تمويل فى أسواق المال بشروط أيسر ، إضافة إلى ما تتمتع به هذه المنشآت من وجود كوادر إدارية عالية الكفاءة تعمل بها جنب إلى جنب مع خبراء من العاملين بها فى مجالات تخصصهم . وأسبقية تواجد مثل هذه المنشآت يكسبها خبرة بوضع السياسات المختلفة فتتجنب السياسات الغير ملائمة ، وتتخلص من الأفراد الغير أكفاء من الكوادر الإدارية . كذلك فإن مثل هذه المنشآت تكون فى وضع يسمح لها بالتوسع وزيادة نصيبها فى السوق بالاعتماد على التمويل الذاتى (الداخلى).

غير أن المنشآت الوليدة تصادف صعوبات جمة فى تدبير ما تحتاجه من أموال لتمويل رأس المال. وتفتقر إلى الخبرة فى وضع السياسات وفى الكوادر التى تعمل بها. وحتى إذا توافرت لهذه المنشآت الحديثة الأموال اللازمة فإن المخاطر الإضافية المترتبة على استثمار هذه الأموال فى منشأة حديثة تفرض على صاحب المال أن يضع شروطاً قاسية غير مغرية للمنشأة.

كذلك فإن المنشأة القائمة قد تتمتع بشهرة واسعة وتدعم مبيعاتها بحمله إعلانية ضخمة ، وتسوق مُنتَّجاتها من خلال قنوات تسويقية منظمة ومحكمة وتتعامل فى السوق مع عملاء تقليدين تعودوا على السلعة لفترة طويلة . ومن ثم فإن المنشأة الوليدة تصادف صعوبات وعوائق تمويلية معقدة فى سبيل تطوير مُنتَّجاتها والإعلان عنها، وإنشاء منافذ التسويق وتكوين عملاء لها.

٦ : محددات أخرى لدرجة المنافسة فى السوق :

من المهم عند هذه النقطة أن نقوم بتصحيح وتعديل التعريفات والتفسيرات السابقة لهياكل السوق المختلفة من عدة زوايا مختلفة ....

١) العامل الجغرافى :

إن درجة المنافسة لصناعة أو منشأة معينة هى ، فى الواقع العملى، ظاهرة جغرافية . بمعنى أن درجة المنافسة لصناعة معينة تعتمد على حجم السوق. فبالرغم من إمكانية وجود ٧٠ أو ٨٠ محل بقالة تعمل فى أحد المدن نجد أن أحد محلات السوبر ماركت بأحد ضواحى هذه المدينة ينافس محل أو اثنين فقط من محلات البقالة الصغيرة، كذلك قد تبدو البنوك التجارية لأول وهلة وكأنها شديدة المنافسة ، إذا نظرنا إليها باعتبار أن هناك أكثر من ٨٠ بنكاً يعملون بمصر .. ولكن هناك بعض المناطق فى مصر التى لانجد بها إلا بنك واحد أو اثنين فقط.

وباختصار، ينبغى قبل تسمية أحد الصناعات بأنها منافسة أو محتكرة التأكد من أننا حددنا الحدود الجغرافية للسوق بشكل مناسب. فعدد المنشآت بمفرده لايعتبر معياراً كافياً للحكم على درجة منافسة صناعة ما لم يؤخذ فى الاعتبار النطاق الجغرافى لسوق هذا العدد من المنشآت.

٢) المنافسة داخل الصناعة ومع الصناعات الأخرى :

بالرغم من أهمية دراسة المنافسة داخل الصناعة يكون من الضرورى دراسة المنافسة بين المُنتَج نفسه ومنتجات صناعة أخرى. فعلى الرغم من إمكانية وجود عدد قليل من المنشآت التى تقوم بإنتاج سلعة ما، إلا أنها قد تواجه منافسة شديدة من سلع أخرى مختلفة ، وهناك أمثلة عديدة لحالات المنافسة بين المُنتَجات ، فصناعة الألومنيوم مثلاً يغلب عليها طابع احتكار القلة فى سوق البائع ، حيث تسيطر عدد قليل من المنشآت على إنتاج الألومنيوم . وبالرغم من ذلك فإن الألومنيوم يواجه منافسة فى الاستعمال من الحديد والصلب والنحاس وحتى الخشب والبلاستيك ، حيث إمكانية استخدامها كبدائل للألومنيوم . لذلك ينافس الحديد الألومنيوم فى صناعة العديد من أجزاء السيارات، ويتنافس الألومنيوم والنحاس بشدة فى سوق خطوط النقل والسبور المتحركة ، ويتنافس الألومنيوم مع الحديد والخشب فى مجال

التشـيـد، ويتنافس الصفـيح مع الزجاج والبـلاستـيك والورق فى صناعة العـبوات اللازمة للمشروبات.

٣) المنافسة غير السعرية :

إن المنافسة هى مـفهوم أشمل وأعم من مـجرد رغبة وقدرة على خـفض السعر، فالمنافسـة فى مجالات أخرى غير السـعر قد تكون قاسية وهامـة فى أحد الصناعات. فالاختـلافات فى الجودة والإعلان والأنشطة التـرويجية وغيرها تعـتبر عناصر مـهمة للمنافسة . فقد تكمل أو تضيف إلى المنافسـة السعرية، وفى بعض الحالات قد تقضى عليها أو تحل محلها.

وقد تأتى المنافسة من سلعة جديـدة ، أو تكونولوجيا جديدة ، أو مورد جديد، أو نوع جـديد من التنظـيم، وهي منافـسـة تتطلب تكلفـة مـحـددة أو مـيـزة فى الجـودة ولايقتـصر أثرها على هامش الربح وإنتاج المنشـآت القائمة ولكنهـا تؤثر كذلك على أسس بقائها .

ولعل صناعة المنسوجات تعـد مثالاً واضحاً على ذلك، فقد نجـد أن محتكر فرد يتـمتع بالسـيطرة على الـسـوق وحـده ويحقق أرباح طـائلة فى تعاملـة بالمنسوجـات الطبيعية، ولكن عندما يقـدم لنا التطور التكنولوجى أنواع أخرى من المنسوجات مثل النيلون والأكليرك ... وغيرها من المنسوجات الصناعية التى أصبحت تنافس الأقمشة من الخامات الطبيعـية ، فإن المركز الاحتكارى للمُنتَّج السابق يتبـدل ويتغير إلى حالة من المنافسة الشديدة.

العلاقة بين الثمن والإيراد الحدى ومرونة الطلب

يمكن إثبات العلاقة بين الإيراد الحدى والسعر ومرونة الطلب رياضياً على النحو التالى :

فقد علمنا أن دالة الإيراد الكلى هى :

$$\text{أك} = \text{ث} \times \text{ك}$$

$$\text{أ}_{\text{ح}} = \frac{\Delta\ \text{أك}}{\Delta\ \text{ك}}$$

$$\text{أ}_{\text{ح}} = \text{ث} + \text{ك}\left(\frac{\text{د ث}}{\text{د ك}}\right) \quad \text{.............................. (١)}$$

وقد علمنا أن دالة مرونة الطلب السعرية التالية :

$$\text{مر}_{\text{ط}} = \frac{\text{د ك}}{\text{د ث}} \times \frac{\text{ث}}{\text{ك}}$$

$$\frac{\text{د ك}}{\text{د ث}} = \text{مر}_{\text{ط}} \div \frac{\text{ث}}{\text{ك}}$$

$$\frac{\text{د ك}}{\text{د ث}} = \frac{\text{مر}_{\text{ط}} \times \text{ك}}{\text{ث}}$$

ومن ثم فإن :

$$\frac{\text{د ث}}{\text{د ك}} = \frac{\text{ث}}{\text{مر}_{\text{ط}} \times \text{ك}} \quad \text{..................... (٢)}$$

بالتعويض عن $\frac{\text{د ث}}{\text{د ك}}$ من المعادلة (٢) فى المعادلة رقم (١)

$$\text{أح} = \text{ث} + \text{ك} \left(\frac{\text{ث}}{\text{مر}_{\text{ط}} \times \text{ك}} \right)$$

$$\text{أح} = \text{ث} + \frac{\text{ث}}{\text{م}_{\text{ط}}}$$

وحيث أن $\text{م}_{\text{ط}}$ دائماً سالبة

$$\therefore \text{أح} = \text{ث} - \frac{\text{ث}}{\text{م}_{\text{ط}}} \quad \text{.........................} \quad (٣)$$

$$\text{أح} = \text{ث} \left(١ - \frac{١}{\text{مر}} \right) \quad \text{.........................} \quad (٣)$$

ويكون الإيراد الحدى (أح) دائماً أقل من السعر (ث) بمقدار $\frac{\text{ث}}{\text{مر}_{\text{ط}}}$

ولاشتقاق مرونة الطلب من العلاقة السابقة فى المعادلة (٣)

بأخذ المقدار $\frac{\text{ث}}{\text{مر}_{\text{ط}}}$ فى طرف مستقل يصبح المعادلة

$$\frac{\text{ث}}{\text{مر}_{\text{ط}}} = \text{ث} - \text{أح}$$

بضرب الطرفين × الوسطين

$$\text{ث} = \text{مر}_{\text{ط}} \, (\text{ث} - \text{أح})$$

$$\text{مر}_{\text{ط}} = \frac{\text{ث}}{\text{ث} - \text{أح}} \quad \text{.........................} \quad (٤)$$

ولاشتقاق السعر (ث) من العلاقة السابقة فى المعادلة (٤) نقوم بضرب الطرفين × الوسطين.

ث = مر$_{ط}$ (ث - أح)

ث = مر$_{ط}$ × ث - مر$_{ط}$ × أح

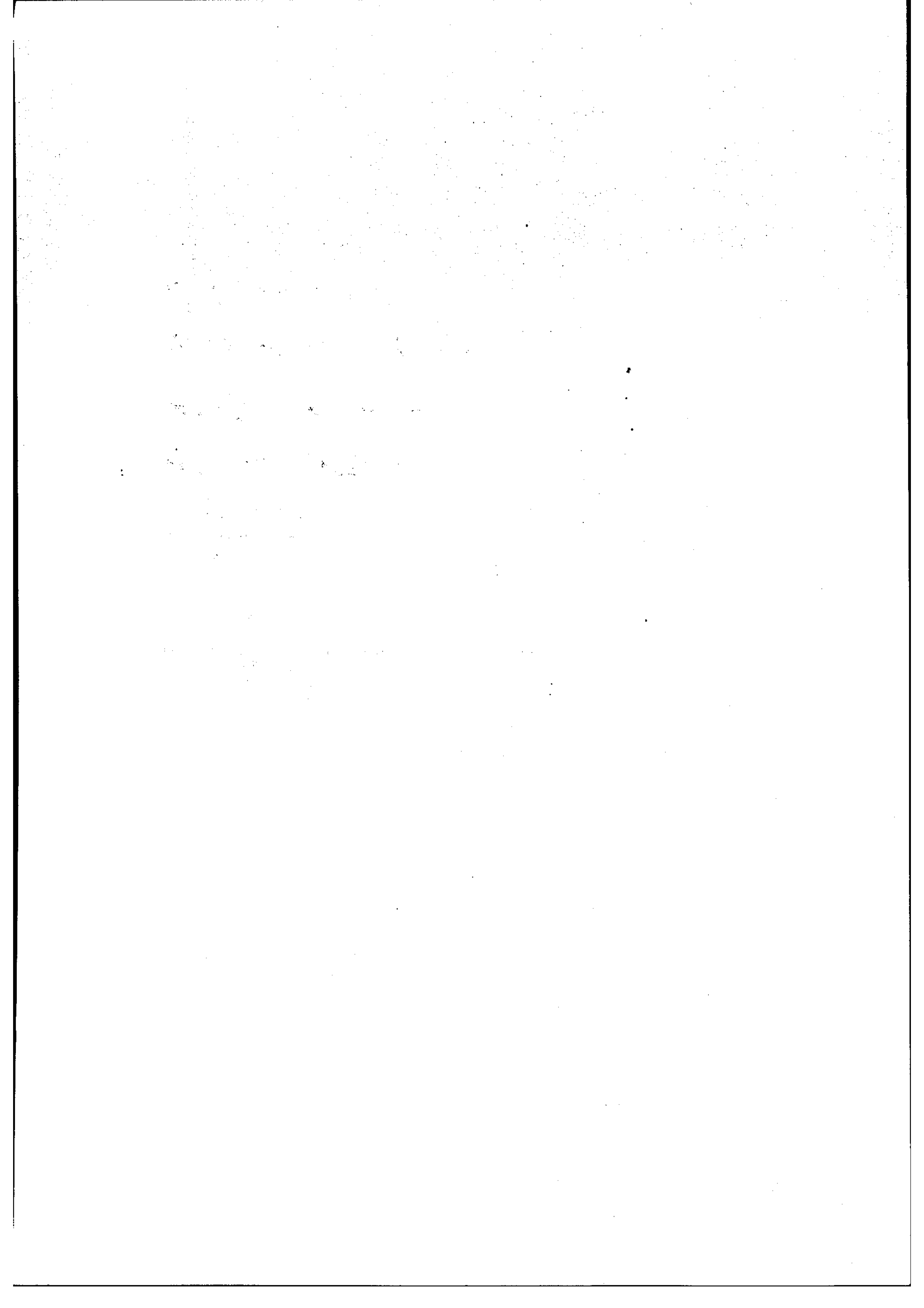
بأخذ المقدار مر$_{ط}$ × أح فى طرف مستقل

مر$_{ط}$ × أح = مر$_{ط}$ × ث - ث

مر$_{ط}$ × أح = ث (مر$_{ط}$ - ١)

ث = $\frac{\text{مر}_{\text{ط}} \times \text{أح}}{\text{مر}_{\text{ط}} - ١}$

ث = أح $\left(\frac{\text{مر}_{\text{ط}}}{\text{مر}_{\text{ط}} - ١}\right)$ .... (٥)



الفصل الثانى عشر
أهداف الربحية للمنشأة
فى سوق المنافسة الكاملة

إن الهدف الأول للمنشأة هو تحقيق أقصى ربح ممكن أو تحمل أدنى خسارة ممكنة فى الحالات التى تفرض تحقيق خسائر، ويطلق على الحالة التى تُمكن المنشأة من تحقيق هذا الهدف حالة توازن المنشأة .

يمكن حساب الربح أو الخسارة باستنزال التكاليف الكلية من الإيرادات الكلية ، أى أن :

الربح (أو الخسارة) = الإيرادات الكلية - التكاليف الكلية

ر = أ ك - ت ك

فإذا كان الفرق موجباً فإن ذلك يعنى تحقق أرباح للمنشأة (أى أن الإيرادات الكلية > التكاليف الكلية) ، ويكون هدف المنشأة فى هذه الحالة هو تعظيم الربح أى الوصول إلى حجم الإنتاج الذى يحقق أقصى ربح ممكن للمنشأة . وإذا كان الفرق صفر، فإن ذلك يعنى تحقيق المنشأة للأرباح العادية فقط (أى أن الإيرادات الكلية = التكاليف الكلية) ، ويكون هدف المنشأة فى هذه الحالة هو محاولة المحافظة على الاستقرار لحجم الإنتاج عند ذلك المستوى الذى يحقق الأرباح العادية . وإذا كان الفرق سالباً فإن ذلك يعنى أن المنشأة تحقق خسائر (أى أن الإيرادات الكلية < التكاليف الكلية)، ويكون هدف المنشأة فى هذه الحالة تدنية الخسائر، أى محاولة الوصول إلى حجم الإنتاج الذى يحقق أقل خسارة ممكنة بشرط ألا تتجاوز الخسائر التكلفة الثابتة للإنتاج ، وإذا تجاوزت الخسائر التكلفة الثابتة للإنتاج يكون التوقف عن الإنتاج هو الوضع الأمثل فى هذه الحالة .

وفى جميع الحالات سيتحقق وضع التوازن للمنشأة مهما اختلف هدف الربحية الذى تنشده ، عندما تكون الإضافة إلى الإيراد الكلى المتحققة عن أخر وحدة تنتجها

المنشأة تساوى الإضافة إلى التكلفة الكلية المترتبة عن إنتاج تلك الوحدة الأخيرة . وقد أطلقنا على الإضافة إلى الإيراد الكلى المتحقق عن زيادة الإنتاج أو المبيعات بوحدة واحدة 'الإيراد الحدى' ، وأطلقنا على الإضافة إلى التكلفة الكلية المترتبة على زيادة الإنتاج بوحدة واحدة 'التكلفة الحدية'، أى أن شرط التوازن للمنشأة فى جميع الأسواق سيكون:

أح = ت ح

١ : توازن المنشأة فى الأجل القصير :

كما اتضح من التحليل في الباب الرابع فإن المنشأة تنتج في الأجل القصير باستخدام مدخلات إنتاج ثابتة وأخري متغيرة ومن ثم تتحمل تكاليف أرباح ثابتة وأخري متغيرة ، لذلك قدرة المنشأة علي تحقيق أهداف الربحية يتوقف علي مدي قدرتها علي تخفيض إيرادات تغطي تكاليفها الثابتة والمتغيرة ، ومن ثم يمكن تحليل توازن المنشأة فى الأجل القصير بحسب احتمالات الربح والخسارة التالية :

- توازن المنشأة مع تحقيق الأرباح الاقتصادية (غير العادية).
- توازن المنشأة مع تحقيق الأرباح العادية .
- توازن المنشأة مع تحقيق خسائر مقبولة .
- توازن المنشأة مع تحقيق الخسائر الحدية .
- توازن المنشأة مع ضرورة توقفها عن الإنتاج.

١-١ : توازن المنشأة فى الأجل القصير : هدف أقصى ربح ممكن:

فى هذه الحالة تتمكن المنشأة من تحقيق أرباح عند بعض أحجام الإنتاج ، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو إختيار حجم الإنتاج الذى يعظم الربح ، أى حجم الإنتاج الذى يُمكن المنشأة من تحقيق أقصى ربح ممكن ، وفى هذه الحالة تحقق المنشأة الأرباح غير العادية (الاقتصادية) وهى الإيرادات التى تفوق التكاليف الكلية ، وفى نفس الوقت تحقق الأرباح العادية المحسوبة ضمن التكاليف الكلية كعائد لمورد التنظيم.

وتصل المنشأة إلى وضع التوازن كما أشرنا سابقاً عندما يتحقق شرط التوازن وهو : (أح = ت ح) ، ولكن فى هذه الحالة سيكون الربح الكلى عند أقصى قيمة له، وكذلك سيكون متوسط الربح (ربح الوحدة) عند أقصى قيمة له ، وسيكون الربح الحدى (الإضافة إلى الربح الكلى المترتب على آخر وحدة منتجة أو مباعة) مساوياً للصفر :

الربح الكلى = أ ك - ت ك

وفى هذه الحالة سيكون أ ك > ت ك عند التوازن

متوسط الربح (ربح الوحدة) = أ م - م ت ك

$$= \frac{ر}{ك}$$

وفى هذه الحالة سيكون أ م > م ت ك عند التوازن.

الربح الحدى = أ ح - ت ح

$$= \frac{\Delta ر}{\Delta ك}$$

وسيكون عند التوازن مساوى للصفر دائماً مهما تغير هدف الربحية للمنشأة، ومهما تغير هيكل السوق.

ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (١-١٢) .

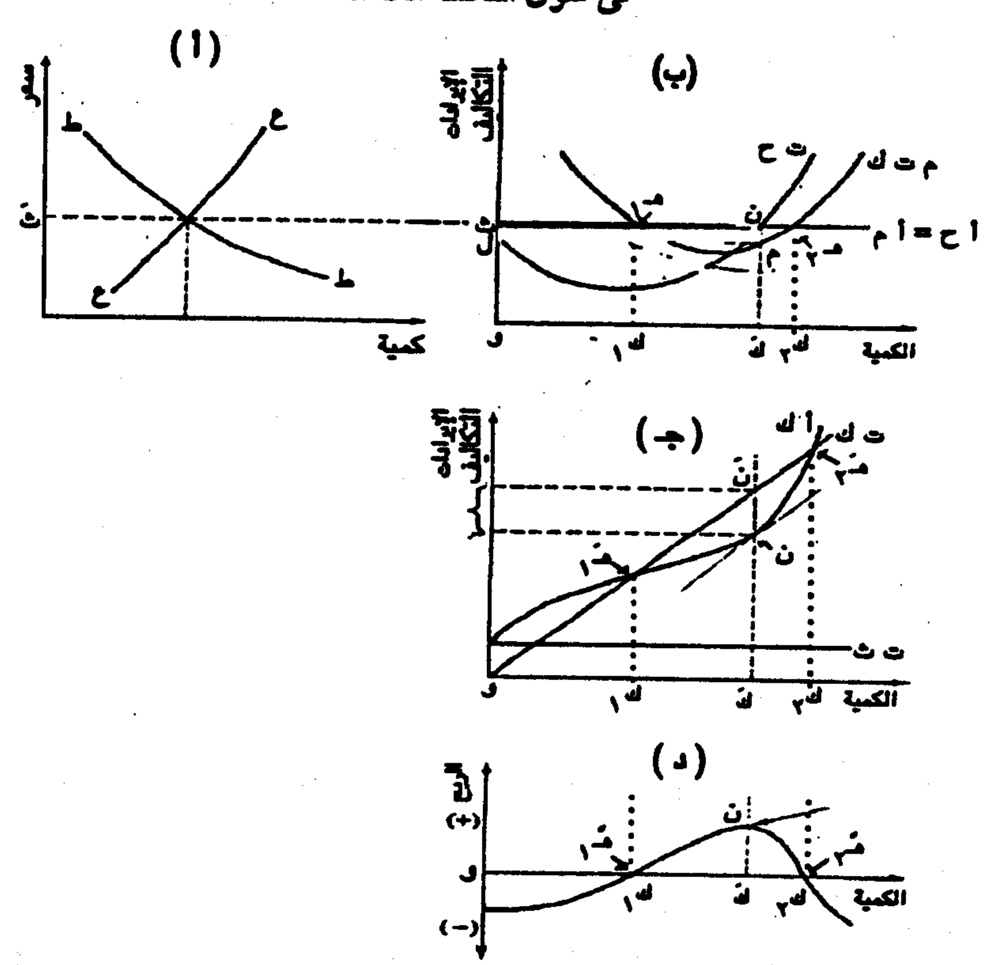
يمثل الجزء (أ) من الشكل (١-١٢) وضع توازن السوق أو الصناعة وفيه يتحدد السعر التوازنى للسوق عند تقاطع منحنى عرض السوق (ع ع) مع منحنى طلب السوق (ط ط) ، ليكون السعر التوازنى (ث) وهذا السعر سيكون السعر الذى تتعامل به جميع المنشآت العاملة فى تلك السوق أو الصناعة.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (١-١٢) سيكون السعر (ثَ) هو منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وسيكون فى نفس الوقت هو الإيراد المتوسط والإيراد الحدى كذلك (أح = أم = ث) .

شكل رقم (١-١٢)

هدف أقصى ربح ممكن للمنشأة فى الأجل القصير

فى سوق المنافسة الكاملة



وسيتحقق توازن المنشأة عندما أح = ت ح عند النقطة (ن) ، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ) ، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر

السائـــد فى السوق (و ث) . وتحقق المنشـأة بإنتاج الكمية (و كَ) أقصى ربح ممكن ويعادل المستطيل (ل م ن ث) .

ويمكن تحـديد الوضع التـوازنـى للمنشـأة عـلى أسـاس مـدخل الإيـراد الكلى والتكلفة الـكلية : كمـا يتضح من الجزء (جـ) من الشكـل (١-١٢) حيث يمثل الخط المسـتقيم (أ ك) الإيراد الكـلى عند جمـيع أحـجـام الإنتـاج ، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكـلية عند جمـيع أحجام الإنتـاج ، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثـابتة ، ويتحـــقق توازن المنشـــأة عند النقطة (ن) عـلى منحنى (ت ك) لأن هذه النـقطة هى الوحيـدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمنحنـى (أ ك) وبالتالى سيكون مـيل منحنى (أ ك) مسـاوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة ، أى أن (أ ح = ت ح) ، ومن ثم سيكون القـرار الرشيد للمنشـأة هو إنتاج الكميـة (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن ويعادل المسافة (ن نَ) فى المنطقة المحصورة بين منحنى (أ ك) ومنحنى (ت ك) بين نقطتى التعادل (هـ١ هـ٢).

ويمكن تحـديد الوضع التوازنى للمنشـأة باسـتخدام مـدخل الربح الكلى : كـما يتضح من الجزء (د) من الشكل (١-١٢) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثـل المســافــة المحــصـورة بين منـحنى الإيراد الـكلى (أ ك) ومنحـــنى الـتكلفــة الكليــة (ت ك) فى الجـــزء (جـ) من الـشكل (١-١٢)، ويتحـقق أقصى ربـح ممكن للمنشأة عند النقطـة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الـرشيد للمـنشأة هو إنتـاج الكمية (و كَ) ، وتحـقق المنشأة بـإنتاج هذه الكمـية أقصى ربح ممكن يعادل المسافة (كَ نَ).

نقطة التوازن ونقطة التعادل :

فى التحليل الســابق علمنا أن نقطة التـــوازن للمنشأة تتـحـــقق عندما (أ ح =

ت ح) وكان هذا الشرط متحققاً عند النقطة (ن) سواء فى الجزء (ب) أو (جـ) أو (د) من الشكل (١-١٢).

ولكن نقطة التعادل تتحقق عندما يتساوى الإيراد الكلى (أ ك) مع التكلفة الكلية (ت ك) ويتحقق ذلك عند النقطة (هـَ$_1$ ، هـَ$_2$) فى الجزء (جـ) من الشكل (١-١٢) ، أو عندما يتساوى الإيراد المتوسط (أ م = ث) مع التكلفة المتوسطة الكلية (م ت ك) ، ويتحقق ذلك عند النقطة (هـ$_1$ ، هـ$_2$) فى الجزء (ب) من الشكل (١-١٢) ، أو عندما يكون الربح الكلى (ر) مساوياً للصفر، ويتحقق ذلك عند النقطة (هـً$_1$ ، هـً$_2$) فى الجزء (د) من الشكل (١-١٢) . ومن الملاحظ أن نقطة التعادل تختلف عن نقطة التوازن ، حيث لايشترط أن يكون (أ ح) يساوى (ت ح) عند نقطة التعادل، فمن الجزء (جـ) من الشكل (١-١٢) نلاحظ أنه عند النقطة (هـ$_1$ ، هـ$_2$) يتقاطع منحنى (أ ك) مع منحنى (ت ك) ومن ثم لايكون المماس لمنحنى التكلفة الكلية عند (هـَ$_1$، هـَ$_2$) موازياً لمنحنى (أ ك) ، وبالتالى لايكون ميلهما متساوى.

وإذا ألقينا نظرة إجمالية على الشكل (١-١٢) ، نلاحظ أن المنشأة تحقق خسائر فى البدايات الأولى للإنتاج ، حيث تكون خبرتها بالسوق ناقصة، ويتحقق ذلك للمنشأة عند جميع أحجام الإنتاج التى تقل عن حجم الإنتاج (و ك$_1$) ، حيث يكون منحنى (ت ك) أعلى من منحنى (أ ك) فى الجزء (جـ) من الشكل (١-١٢) ، وكذلك يكون منحنى (م ت ك) أعلى من منحنى (أ م) فى الجزء (ب) من الشكل ، ويكون منحنى الربح الكلى (ر) أسفل المحور الأفقى فى الجزء (د) من الشكل.

وتصل المنشأة إلى نقطة التعادل (هـ$_1$) عند حجم الإنتاج (و ك$_1$) ، وعندما يزيد الإنتاج عن هذا الحجم تحقق المنشأة أرباح اقتصادية ، حيث يكون منحنى (أ ك) أعلى من منحنى (ت ك) فى الجزء (جـ) من الشكل ، وسيكون منحنى (أ م) أعلى من

منحنى (م ت ك) فى الجزء (ب) من الشكل، وسيكون منحنى الربح الكلى (ر) أعلى من المحور الأفقى فى الجزء (د) من الشكل، وتستمر المنشأة فى جنى هذه الأرباح الاقتصادية إلى أن تصل إلى نقطة تعادل جديدة عند النقطة (هـ٢) عندما تصل إلى حجم الإنتاج (و ك٢).

ولكن إذا قررت هذه المنشأة زيادة حجم الإنتاج عن (و ك٢) فإنها ستحقق خسائر مرة ثانية ، حيث سيكون منحنى (ت ك) أعلى من منحنى (أ ك) فى الجزء (جـ) من الشكل ، وسيكون منحنى (م ت ك) أعلى من منحنى (أ م) في الجزء (ب) من الشكل، وسيكون منحنى الربح الكلى (ر) أسفل المحور الأفقى فى الجزء (د) من الشكل ، وستكون هذه الخسائر التى بدأت فى الظهور بعد حجم الإنتاج (و ك٢) مؤشراً للمنشأة للبدء فى التفكير لاتخاذ قرار بالتوسع فى طاقات الإنتاج لزيادة حجم المشروع ، وهذا لن يتحقق فى الأجل القصير ولكنه سيكون قرار تخطيطى يتعلق بالآجل الطويل.

١-٢ : توازن المنشأة فى الأجل القصير : هدف التعادل وتحقيق الأرباح العادية:

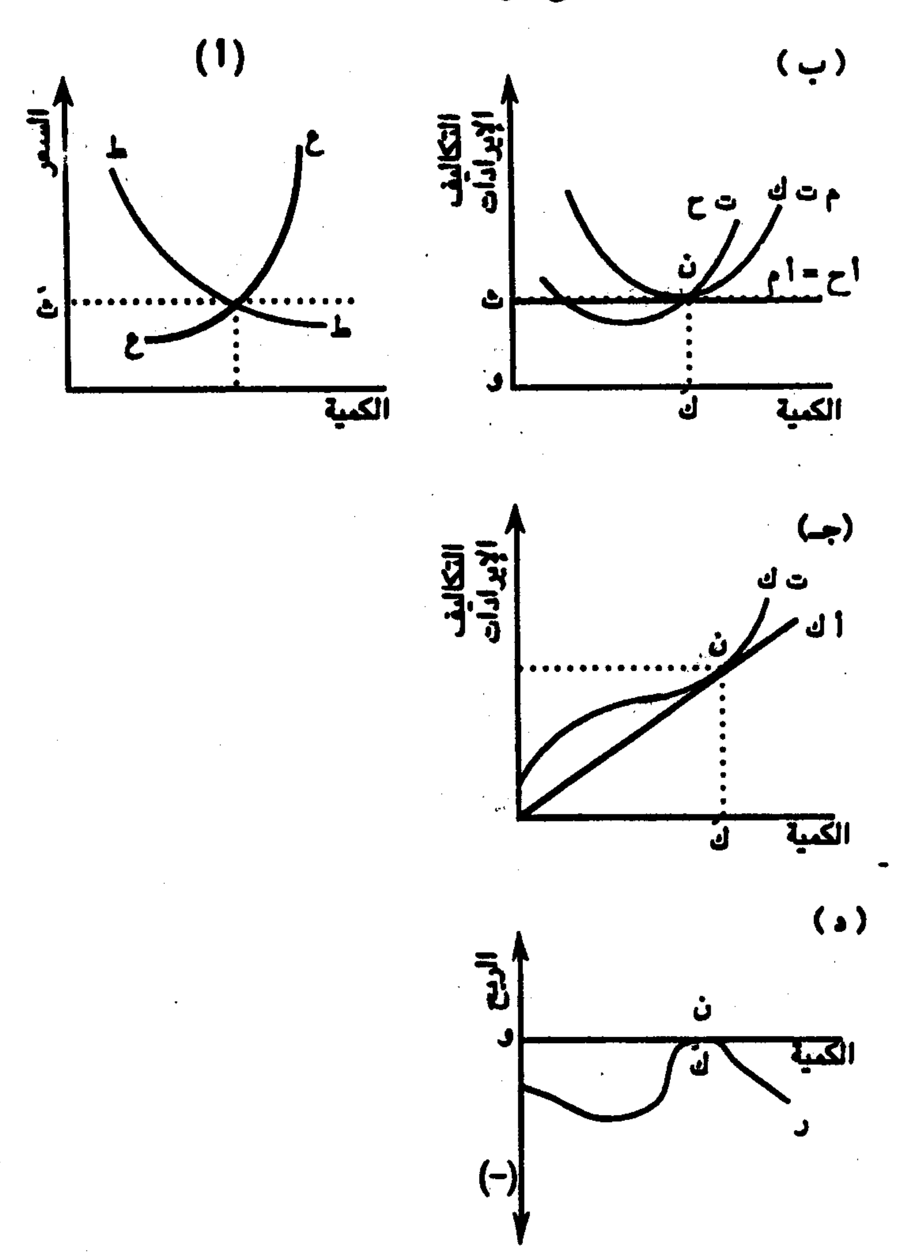
فى هذه الحالة لاتتمكن المنشأة من تحقيق الأرباح غير العادية عند أى حجم من أحجام الإنتاج ، وتحقق خسائر عند جميع أحجام الإنتاج ماعدا حجم إنتاج وحيد عنده يتعادل الإيراد الكلى مع التكلفة الكلية ، ويكون الربح أو الخسارة مساوياً للصفر، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو الاستقرار عند هذا الحجم من الإنتاج الذى يحقق الربح العادى وهو الربح المحسوب ضمن تكاليف الإنتاج.

ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٢-١٢) .

شكل رقم (٢-١٢)

هدف تحقيق المنشأة للأرباح العادية

فى سوق المنافسة الكاملة



يمثل الجزء (أ) من الشكل (٢-١٢) وضع توازن السوق أو الصناعة وفيه يتحدد السعر التوازنى للسوق عند تقاطع منحنى عرض السوق (ع ع) مع منحنى طلب

السوق (ط ط) ، ليكون السعر التوازنى (ثَ) وهذا السعر سيكون السعر الذى تتعامل به جميع المنشآت العاملة فى تلك السوق أو الصناعة.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٢-١٢) سيكون السعر (ثَ) هو منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وسيكون فى نفس الوقت هو الإيراد المتوسط والإيراد الحدى كذلك (أح = أم = ث) .

وسيتحقق توازن المنشأة عندما أح = ت ح عند النقطة (ن) ، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ) ، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر السائد فى السوق (و ث) . وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) الربح العادى فقط، وهو الربح المحسوب ضمن (م ت ك) حيث يتعادل السعر مع (م ت ك) عند حجم الإنتاج التوازنى (و كَ).

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (جـ) من الشكل (٢-١٢) حيث يمثل الخط المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج ، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام ، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة ، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها فبطقاً على منحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة ، أى أن (أح = ت ح) ، ومن ثم سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية الربح العادى فقط حيث يتعادل (أ ك) مع (ت ك) ، وبالتالى يمثل حجم الإنتاج (و كَ) نقطة التوازن وفى نفس الوقت نقطة التعادل للمنشأة ، وهذا الحجم من الإنتاج هو الوحيد الذى يجمع بين شرطى التوازن والتعادل فى المنشأة.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام مدخل الربح الكلى : كما

يتضح من الجزء (د) من الشكل (٢-١٢) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (جـ) من الشكل (٢-١٢)، ويتحقق الربح العادى للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية الربح العادى حيث يكون الربح الاقتصادى مساوى للصفر.

١-٣ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف أدنى خسارة ممكنة:

إذا انخفض سعر السلعة عن (م ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج ، تحقق المنشأة فى هذه الحالة خسائر عند جميع أحجام الإنتاج ، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو اختيار حجم الإنتاج الذى يحقق أدنى خسارة ممكنة بشرط أن تكون الخسائر أقل من أو تساوى التكلفة الثابتة فى المنشأة. أى أن المنشأة تتمكن من تغطية جميع تكاليفها المتغيرة على الأقل وأن أمكنها تغطية جزء من التكاليف الثابتة ، يكون ذلك الوضع أفضل حالاً.

وفى هذه الحالة بالرغم من أن السعر أقل من (م ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج ولكنه سيظل أعلى من (م ت غ) عند بعض أحجام الإنتاج ، وبالتالى سيكون (أ ك) أقل من (ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج ، ولكن سيظل الإيراد الكلى أعلى من (ت غ) عند بعض أحجام الإنتاج .

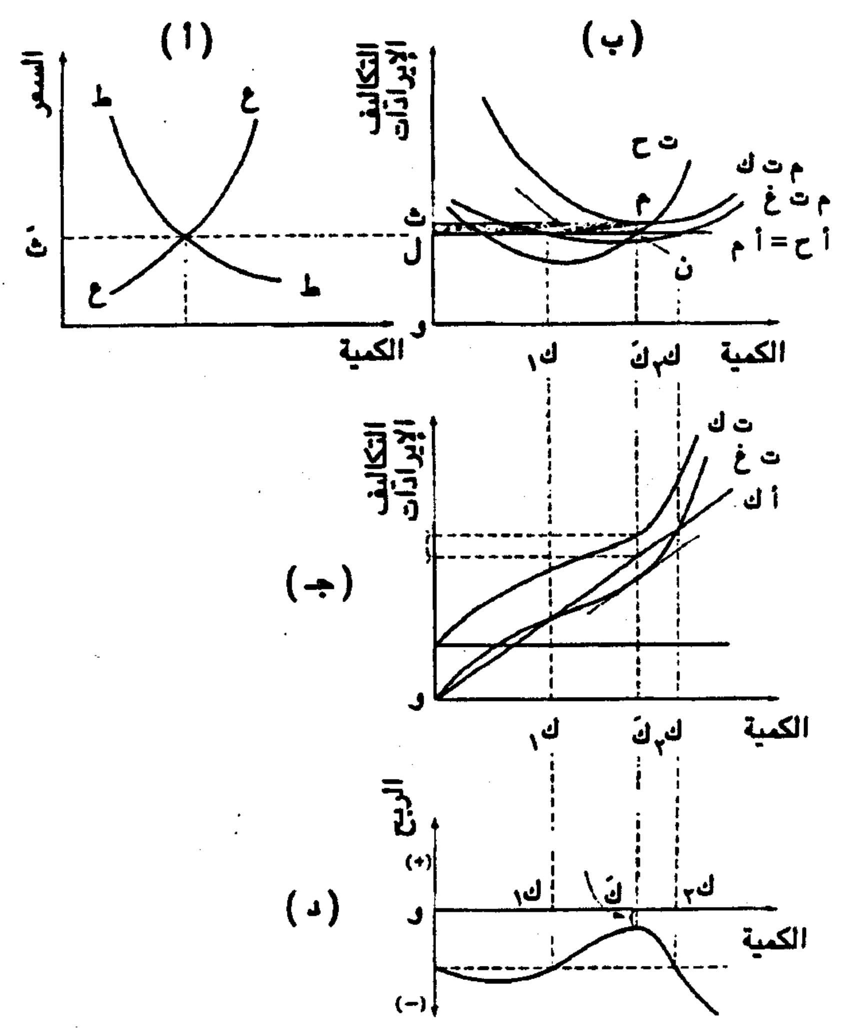
وستسمر المنشأة فى الإنتاج كلما انخفض السعر حتى إذا وصل انخفاض السعر فى السوق إلى الحد الذى يتعادل السعر مع (م ت غ) ، ولكن إذا انخفض السعر عن (م ت غ) فسيكون القرار الرشيد للمنشأة التوقف عن الإنتاج ، كما سيتضح من التحليل التالى.

ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٣-١٢) .

شكل (٣-١٢)

هدف أدنى خسارة ممكنة للمنشأة فى الأجل القصير

فى سوق المنافسة الكاملة



يمثل الجزء (أ) من الشكل (٣-١٢) وضع توازن السوق أو الصناعة وفيه يتحدد السعر التوازنى للسوق عند تقاطع منحنى عرض السوق (ع ع) مع منحنى طلب السوق (ط ط)، ليكون السعر التوازنى (ثَ) وهذا السعر سيكون السعر الذى تتعامل به جميع المنشآت العاملة فى تلك السوق أو الصناعة.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد المتوسط

والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٣-١٢) سيكون السعر (ثَ) هو منحنى الطلب الذي يواجه المنشأة وسيكون في نفس الوقت هو الإيراد المتوسط والإيراد الحدى كذلك (أ ح = أ م = ث) .

وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن) ، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ) ، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر السائد فى السوق (و ث) . وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) أدنى خسارة ممكنة وتعادل المستطيل (ل ن م ث) .

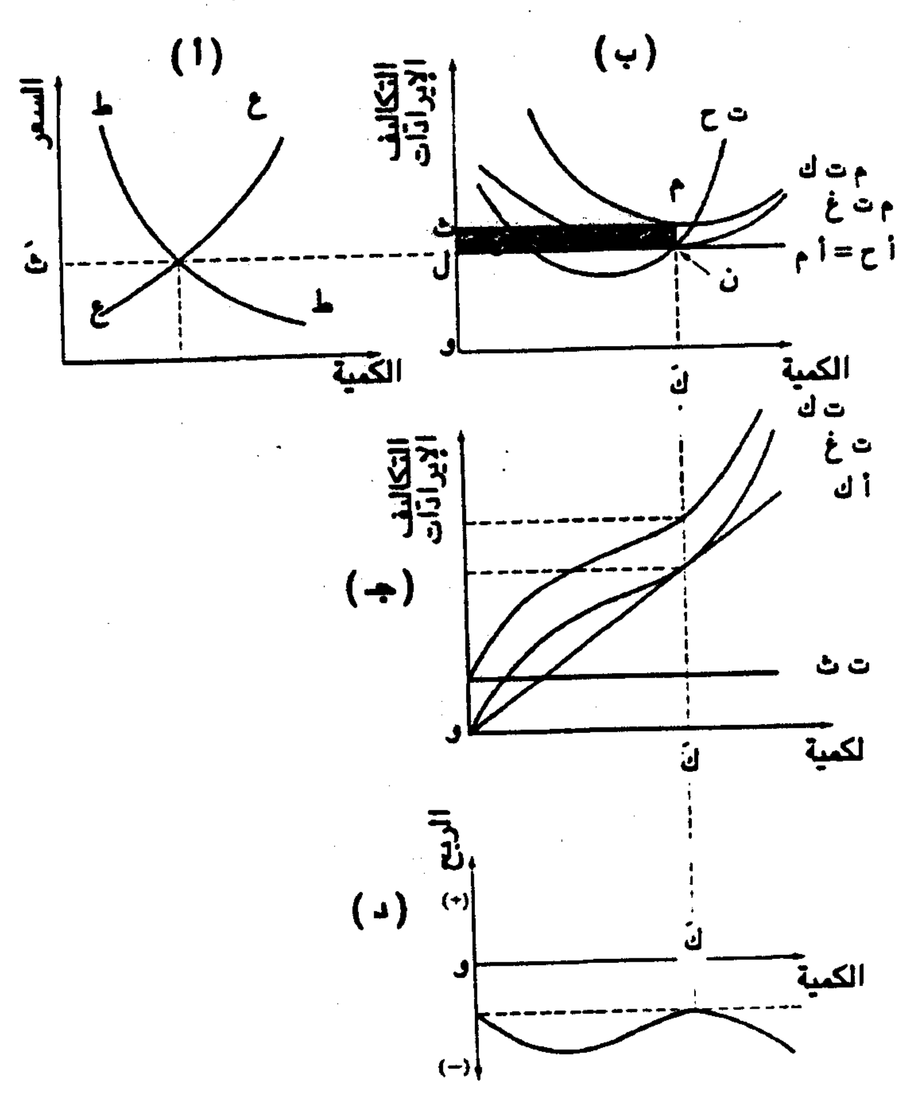
ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (جـ) من الشكل (٣-١٢) حيث يمثل الخط المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج ، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام ، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة ، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة ، أى أن (أ ح = ت ح) ، ومن ثم سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أدنى خسارة ممكنة تعادل المسافة (ن نَ) فى المنطقة المحصورة بين منحنى (أ ك) ومنحنى (ت ك) بين حدى التوقف عن الإنتاج ($ق_1$ $ق_2$).

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام مدخل الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (د) من الشكل (٣-١٢) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (جـ) من الشكل (٣-١٢)، وتتحقق أدنى خسارة ممكنة للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن يعادل المسافة (كَ نَ).

ويلاحظ أنه بالرغم من أن المنشأة تحقق خسائر ولكنهـا تستمر فى الإنتاج، ولكن إذا كانت خسائر المنشأة مساوية للتكلفة الثابتة ، أى أن المنشأة تغطى التكاليف المتغيرة فقط ولن تتمكن من تغطية التكاليف الثابتة فسيكون هذا الحجم من الإنتاج . وذلك السعـر السائد فـى السوق همـا الحد الفاصـل بين التوقف والاستمرار فـى الإنتاج ، وذلك كما يوضحه الشكل رقم (٤-١٢)

شكل رقم (٢-٤)

هدف أدنى خسارة ممكنة للمنشأة فى الأجل القصير
فى سوق المنافسة الكاملة (الحالة الحدية)



٤-١ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: حالة التوقف عن الإنتاج:

وفى هذه الحالة تحقق المنشأة خسائر عند جميع أحجام الإنتاج، وتكون أقل خسارة يمكن أن تصل إليها المنشأة - فى حال اتخاذ قرار بالاستمرار فى الإنتاج - أكبر من التكلفة الثابتة ، لذلك سيكون القرار الرشيد للمنشأة التوقف عن الإنتاج وتحمل خسائر، تعادل التكلفة الثابتة . وذلك لأن استمرار المنشأة فى الإنتاج يعنى أن هذه المنشأة لن تتمكن من تغطية جميع التكاليف المتغيرة ، وكذلك التكاليف الثابتة.

ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٥-١٢) .

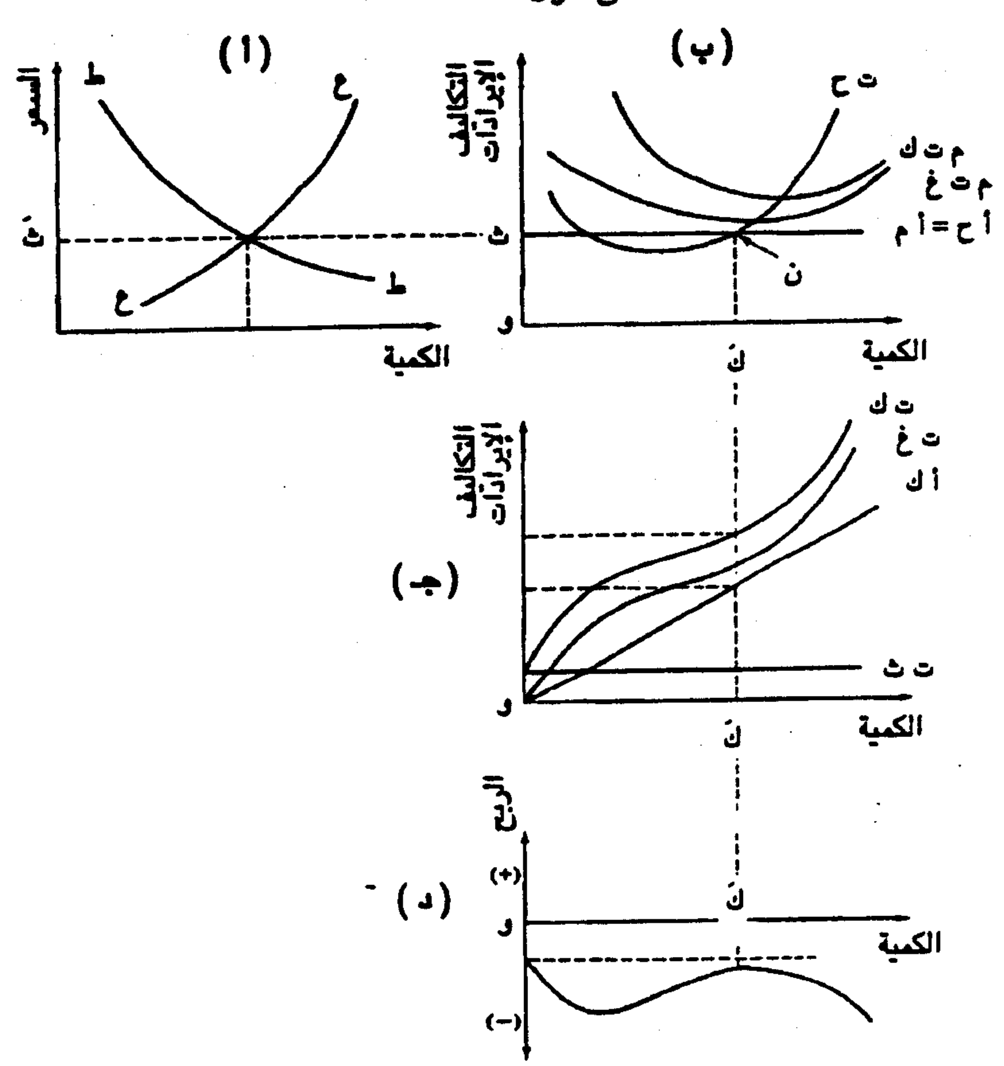
يمثل الجزء (أ) من الشكل (٥-١٢) وضع توازن السوق أو الصناعة وفيه يتحدد السعر التوازنى للسوق عند تقاطع منحنى عرض السوق (ع ع) مع منحنى طلب السوق (ط ط) ، ليكون السعر التوازنى (ث) وهذا السعر سيكون السعر الذى تتعامل به جميع المنشآت العاملة فى تلك السوق أو الصناعة.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٥-١٢) سيكون السعر (ث) هو منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وسيكون فى نفس الوقت هو الإيراد المتوسط والإيراد الحدى كذلك (أح = أم = ث) .

وسيتحقق توازن المنشأة عندما أح = ت ح عند النقطة (ن) ، ولكن إذا اتخذت المنشأة قراراً بإنتاج الكمية (و ك) ، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر السائد فى السوق (و ث) . ولكن هذا السعر أقل من (م ت غ) ، وهذا يعنى أن خسائر المنشأة تفوق التكاليف الثابتة ، لذلك سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو التوقف عن الإنتاج والخروج مؤقتاً من السوق.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (جـ) من الشكل (٥-١٢) حيث يمثل الخط

شكل رقم (٥-١٢)
حالة توقف المنشأة عن الإنتاج فى الأجل القصير
فى سوق المنافسة الكاملة



المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج ، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام ، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة ، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة ، أى أن (أ ح = ت ح) ، ولكن يلاحظ أنه عند إنتاج الكمية (و كَ) ، تحقق المنشأة خسائر تعادل المسافة (ن نَ)

وهى تفوق التكاليف الثابتة (ن نَ) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو التوقف عن الإنتاج مؤقتاً.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام مدخل الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (د) من الشكل (٥-١٢) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (جـ) من الشكل (٥-١٢)، وتتحقق أدنى خسارة ممكنة للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ولكن هذه الخسارة ستكون أكبر من التكاليف الثابتة ، ويكون القرار الرشيد هو توقف المنشأة مؤقتاً عن الإنتاج .

٢: اشتقاق منحنى عرض المنشأة والصناعة فى الآجل القصير:

يمكن اشتقاق منحني عرض المنشأة من البيانات التي يتيحها منحني التكلفة الحدية للمنشأة ، إذ أن الكمية المعروضة من جانب المنشأة تتحدد بتحقق شرط التوازن وهو (أ ح = ت ح) ، وحيث أن الإيراد الحدي للمنشأة في سوق المنافسة الكامل هو نفسه سعر بيع الوحدة من السلعة ، فيتم اشتقاق منحن يعرض المنشأة بمقارنة السعر مع التكلفة الحدية داخل المنشأة.

٢-١ : منحنى عرض المنشأة :

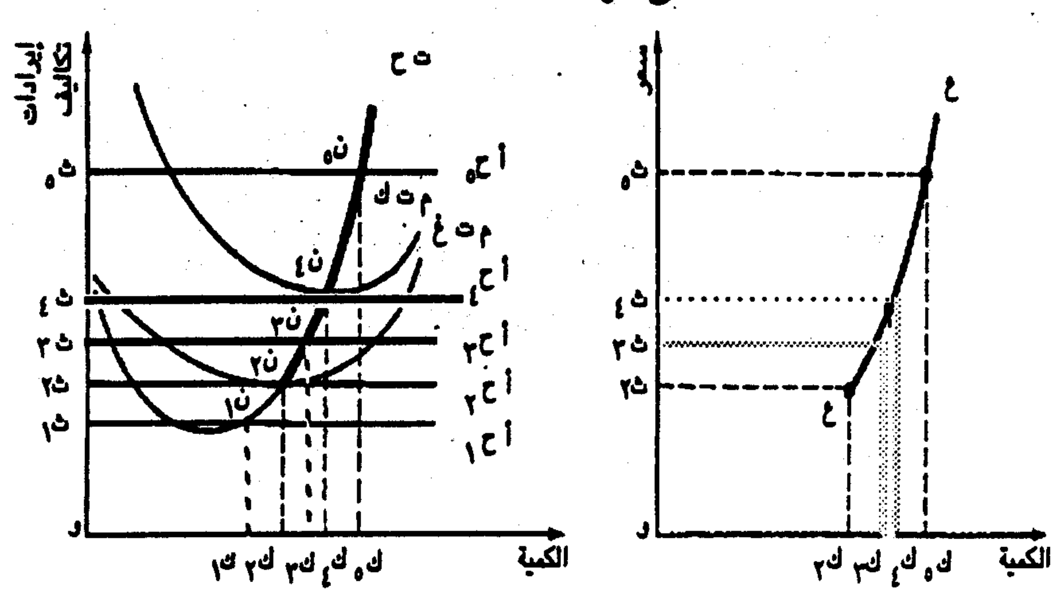
إن التحليل فى البنود السابقة يزودنا بمعلومات ومفاهيم كافية لاشتقاق منحنى عرض المنشأة فى الأجل القصير، ويمثل منحنى عرض المنشأة الجزء الصاعد من منحنى التكلفة الحدية يبدأ عندما تتعادل (ت ح) مع (م ت غ) ويكون ذلك عند أدنى نقطة على منحنى (م ت غ) . أى أن منحنى (ت ح) للمنشأة فى الأجل القصير يوضح جميع الكميات التى ترغب وتقدر المنشأة على إنتاجها فى ظل الأسعار المختلفة المحتملة فى السوق. فعند أى سعر ستقوم المنشأة بإنتاج الكمية التى يتعادل عندها هذا السعر مع التكلفة الحدية ، بهدف تحقيق أقصى ربح ممكن أو أدنى خسارة ممكنة ، كما أتضح لنا من التحليل السابق، وستكون الكمية المنتجة (المعروضة) صفر

، عندما يكون السعر أقل من أدنى (م ت غ) للمنشأة وبالتالى سيكون أول سعر يغرى المنشأة على البدء فى الإنتاج هو السعر الذى يساوى أدنى (م ت غ).

شكل رقم (٦-١٢)

اشتقاق منحنى عرض المنشأة فى الأجل القصير

فى سوق المنافسة الكاملة



ويمكن توضيح ذلك من دراسة وتحليل الشكل (٦-١٢) ، فإذا افترضنا أن السعر السائد فى السوق هو السعر (ث١) بتحقيق شرط توازن المنشأة (أح١ = ت ح) عند النقطة (ن١) وتكون الكمية المنتجة (و ك١) ، ولكن عند هذا الحجم نلاحظ أن السعر أقل من (م ت غ) أى هذا الحكم من الإنتاج سيحقق خسائر للمنشأة أكبر من التكلفة الثابتة ، لذلك ستقرر المنشأة التوقف عن الإنتاج عند هذا السعر، أى أنه عند (ث١) ستكون الكمية المعروضة صفر وليست (و ك١) . وعندما يرتفع السعر ليصل إلى (ث٢) يتحقق شرط توازن المنشأة (أح٢ = ت ح) عند النقطة (ن٢) ، وتكون الكمية المنتجة (و ك٢) ، وعند هذا الحجم يتعادل السعر مع (م ت غ) أى المنشأة تحقق خسارة ولكنها تعادل التكاليف الثابتة وهنا قد يتساوى قرار المنشأة بالبدء فى الإنتاج أو التوقف، ولكنها غالباً ستقرر البدء فى الإنتاج لتجد لها مكاناً فى السوق، أى أنه عند

السعر ($ث_{٢}$) ستكون الكمية المعروضة ($وك_{٢}$) . وإذا ارتفع السعر إلى ($ث_{٣}$) يتحقق شرط توازن المنشأة ($أح_{٣}$ = ت ح) عند النقطة ($ن_{٣}$) وتكون الكمية المنتجة (و $ك_{٣}$) ، وعند هذا الحجم يكون السعر أقل من (م ت ك) ، ولكنه أكبر من (م ت غ) ، أى أن هذا السعر يُمكِن المنشأة من تغطية التكاليف المتغيرة لهذا الحجم من الإنتاج ، ويمكنها أيضاً من تغطية جزء من التكاليف الثابتة ، ومن ثم سيكون قرار المنشأة هو إنتاج الكمية (و $ك_{٣}$) عند السعر ($ث_{٣}$) ، وعندما يرتفع السعر إلى ($ث_{٤}$) يتحقق شرط توازن المنشأة ($أح_{٤}$ = ت ح) ، عند النقطة ($ن_{٤}$) وتكون الكمية المنتجة (و $ك_{٤}$) ، وعند هذا الحجم يكون السعر مساوياً (م ت ك) ، أى أن هذا السعر يمكن المنشأة من تغطية جميع تكاليفها المتغيرة لهذا الحجم ، وكذلك يمكنها من تغطية جميع تكاليفها الثابتة ، ومن ثم سيكون قرار المنشأة إنتاج الكمية (و $ك_{٤}$) عند السعر ($ث_{٤}$) . وعندما يرتفع السعر ليصل ($ث_{٥}$) يتحقق شرط توازن المنشأة عند النقطة ($ن_{٥}$) وتكون الكمية المنتجة (و $ك_{٥}$) ، وعند هذا الحجم يكون السعر أكبر من (م ت ك) ، أى أن هذا السعر يمكن المنشأة من تحقيق إيرادات تغطى تكاليفها الإجمالية وتحقق فائض فوق ذلك يمثل الربح الاقتصادى، ومن ثم سيكون قرار المنشأة إنتاج الكمية (و $ك_{٥}$) عند السعر ($ث_{٥}$) .

ويمكن الخروج نتيجة أنه كلما ارتفع السعر تزداد الكمية المعروضة ، وكلما انخفض السعر تنخفض الكمية المعروضة إلى الحد الذى ينخفض معه السعر ليتعادل مع أدنى (م ت غ) ، وإذا انخفض السعر ليصبح أقل من (م ت غ) تكون الكمية المعروضة (صفر) . ومن ثم فإن الجزء الصاعد من منحنى (ت ح) مبتدءاً من أدنى (م ت غ) يمثل العلاقة الموجبة بين السعر والكمية المعروضة التى يطلق عليها منحنى العرض.

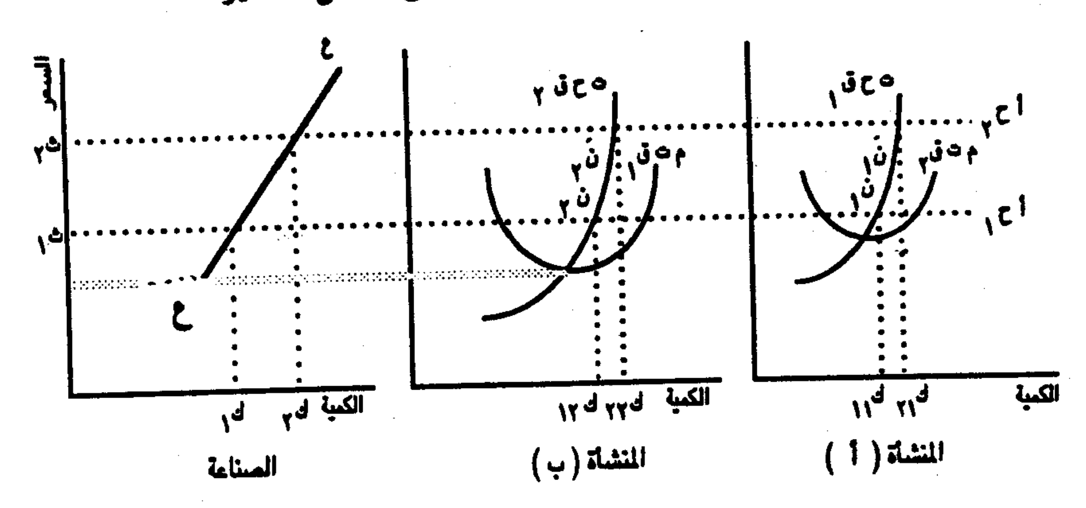
٢-٢ : منحنى عرض الصناعة :

يمكن اشتقاق منحنى عرض الصناعة (السوق) فى الأجل القصير عن طريق الجمع الأفقى لجميع منحنيات العرض للمنشآت الفردية العاملة فى تلك الصناعة ،

وذلك بافتراض أن مرونة عرض المدخلات (عناصر الانتاج) لانهائى المرونة ، أى أن زيادة طلب جميع المنشآت على عناصر الإنتاج فى نفس الوقت لايؤثر على أسعارها.

شكل رقم (٧-١٢)

اشتقاق منحنى عرض الصناعة فى الأجل القصير



وبافتراض أن الصناعة يعمل بها منشآتين فقط يمكن توضيح كيفية اشتقاق منحنى عرض الصناعة من دراسة وتحليل الشكل (٧-١٢) ، فعند السعر (ث١) يتحقق شرط التوازن (أ ح = ت ح) للمنشأة (أ) عند إنتاج الكمية (ك١١) ، وللمنشأة (ب) عند إنتاج الكمية (ك١٢) ، وبالتالى تكون الكمية المعروضة فى الصناعة عند السعر (ث١) هى (ك١ = ك١١ + ك١٢) ، وعند السعر (ث٢) يتحقق شرط التوازن (أ ح = ت ح) للمنشأة (أ) عند إنتاج الكمية (ك٢١) ، وللمنشأة (ب) عند إنتاج الكمية (ك٢٢) ، وبالتالى تكون الكمية المعروضة فى الصناعة (السوق) عند السعر (ث٢) هى الكمية (ك٢ = ك٢١ + ك٢٢) ... وهكذا.

٢-٣ : تعديلات منحنى عرض الصناعة فى الأجل القصير :

عندما تتأثر أسعار الموارد الإنتاجية نتيجة لتغير الكميات المستخدمة منها من جانب جميع المنشآت فى الصناعة فلن يكون فى الإمكان الحصول على منحنى عرض الصناعة عن طريق التجميع الأفقى لمنحنيات العرض الفردية فى المدى

القصير. وبالرغم من أن المنشأة الفردية لاتستطيع التأثير بمفردها على أسعار الموارد نتيجة لتغيير الكميات التى تستخدمها من تلك الموارد، إلا أن أسعار هذه الموارد سوف تتأثر بالفعل إذا سلكت كل منشأة هذا السلوك فى نفس الوقت ، فإذا كان التوسع فى استخدام الموارد من جانب كل منشأة فى الصناعة (وفى نفس الوقت) سوف يتسبب فى ارتفاع أسعار هذه الموارد، وسيترتب على ذلك إنتقال منحنيات تكاليف المنشأة لأعلى. وإذا كان توسع المنشآت فى استخدام الموارد يؤدى إلى انخفاض أسعار هذه الموارد، فإن ذلك سيؤدى إلى انتقال منحنيات تكاليف المنشأة إلى أسفل. وهناك احتمال ثالث ينحصر فى ازدياد أسعار بعض الموارد الإنتاجية وانخفاض أسعار البعض الأخر نتيجة للتوسع فى استخدام تلك الموارد من جانب جميع المنشآت فى الصناعة . وفى هذه الحالة يكون التغيير فى أشكال ومواقع منحنيات تكاليف المنشأة متوقفاً على طبيعة ومستوى التغير (بالزيادة والنقصان) فى أسعار الموارد المستخدمة فى الإنتاج.

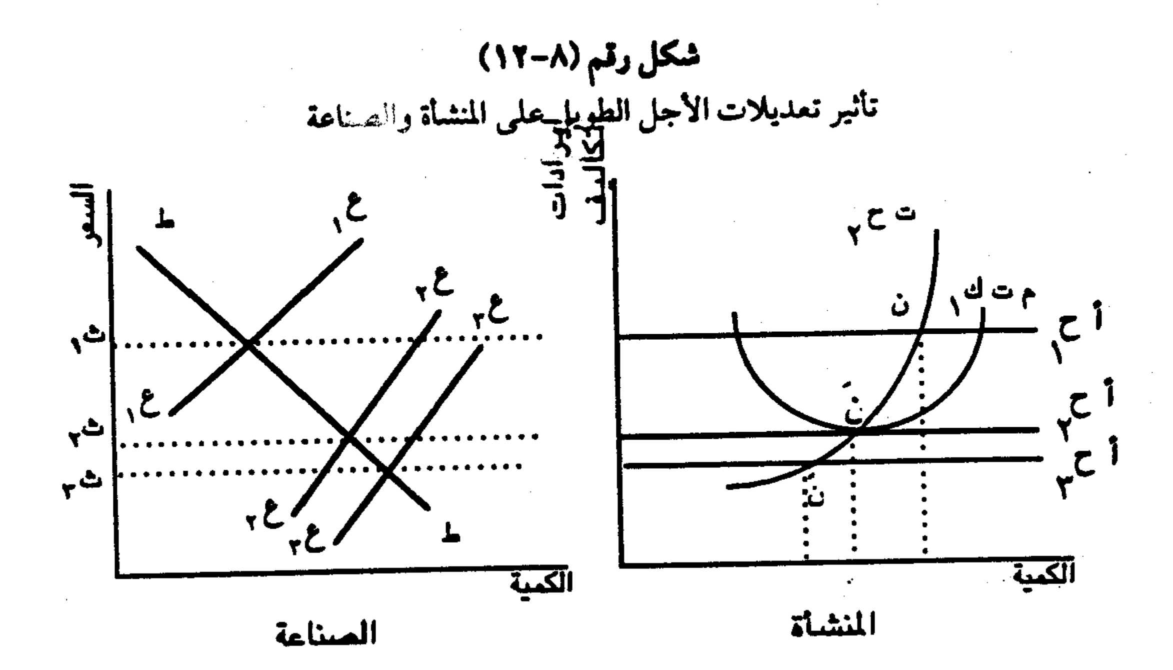
وعلاوة على ذلك فإن توسع المنشآت فى استخدام الموارد وما يتبعه من ارتفاع فى أسعار تلك الموارد يؤدي إلى جعل منحنى عرض الصناعة فى المدى القصير أقل مرونة.

٣ : توازن المنشأة والصناعة فى إطار تعديلات الأجل الطويل :

يتيح الأجل الطويل درجة أكبر من المرونة لتعدل المنشآت من طاقات الإنتاج الخاصة بها ، ومن ثم تغيير معدل إنتاجها، بالإضافة إلى تغير عدد المنشآت العاملة فى الصناعة عن طريق دخول منشآت جديدة مجال الإنتاج فى الصناعة وخروج منشآت قائمة من الصناعة ، حيث تتيح ظروف سوق المنافسة الكاملة حرية الدخول فى والخروج من الصناعة ، وبالتالى تكون مرونة منحنى العرض فى الأجل الطويل أكبر منها فى الأجل القصير.

شكل رقم (٨-١٢)

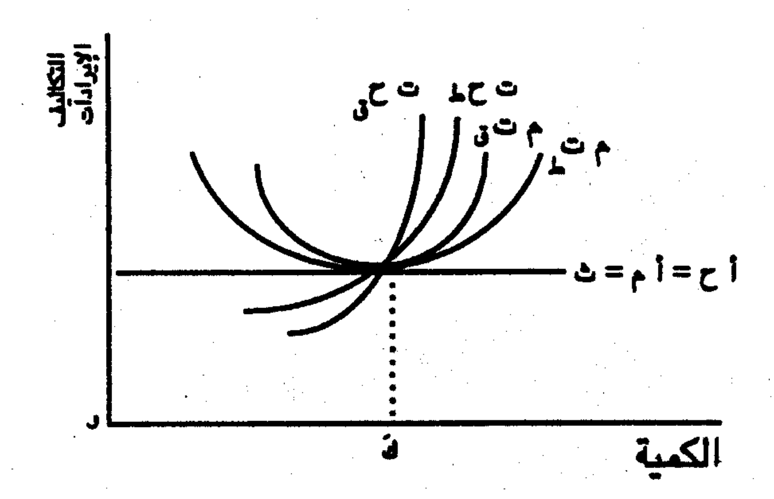
تأثير تعديلات الأجل الطويل على المنشأة والصناعة



ففى الشكل (٨-١٢) عندما كان منحنى عرض الصناعة (ع$_1$ع$_1$) يتحدد السعر السائد فى السوق عدد السعر (ث$_1$) ، وعند هذا السعر تحقق المنشأة أرباح اقتصادية ، مما يعزى منشآت جديدة للدخول إلى السوق ويترتب على ذلك زيادة العرض فتنتقل منحنى الصناعة إلى اليمين ليصبح (ع$_2$ ع$_2$) ويصبح السعر السائد فى السوق (ث$_2$) ، وعندئذ تتلاشى الأرباح الاقتصادية وتحقق المنشأة الأرباح العادية فقط، ولكن طالما أن قرارات الاستثمار تسبق الإنتاج ، فإنه بالرغم من أن الأرباح الاقتصادية قد تلاشت، ولكن العرض يستمر فى الزيادة لأن بعض المنشآت التى بدأت تستثمر فى أصول رأسمالية فى الفترة السابقة سيعرض إنتاجها إلى السوق فى الفترة الحالية، وبالتالى سيزداد العرض ليصبح (ع$_3$ع$_3$) وينخفض السعر السائد فى السوق مرة ثانية لتصبح (ث$_3$) ، ولكن عند هذا السعر ستحقق المنشآت خسائر مما يدفع بعضها للخروج من السوق ، ومن ثم ينخفض العرض ليعود ويستقر عند (ع$_2$ع$_2$) وتستقر المنشأة عند وضع تحقيق الأرباح العادية فقط ، وبالتالى تعمل المنشآت فى الأجل الطويل عند الحجم الأمثل للإنتاج وفى نفس الوقت عند الحجم الأمثل للمشروع.

شكل رقم (٩-١٢)

الوضع التوازنى للمنشأة فى الأجل الطويل



ويوضح الشكل (٩-١٢) الوضع التوازنى للمنشأة فى الأجل الطويل، ويكون من شروط التوازن للمنشأة فى الأجل الطويل فى سوق المنافسة الكاملة هو :

(ث = أح = ت ح ق = ت ح ط = م ت ك ق = م ت ك ط)

٣-١ : توازن المنشأة والصناعة فى الأجل الطويل : الصناعة ذات التكاليف المتزايدة :

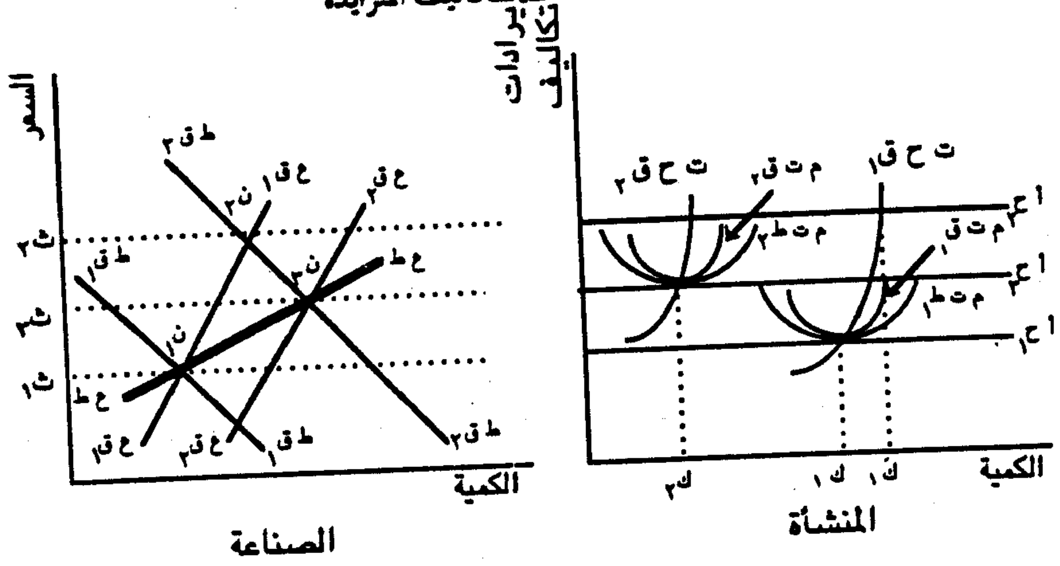
نفترض أن الصناعة فى حالة توازن طويل الأجل، وقد حدثت زيادة فى الطلب على منتَج الصناعة ، وبتتبع التعديلات التى ستترتب على زيادة الطلب فى كل من الأجل القصير والأجل الطويل، يمكننا اشتقاق منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل، وذلك كما يتضح من تحليل الشكل رقم (١٠-١٢).

يتضح من الشكل رقم (١٠-١٢) أن تحليل التعديلات التى تتم فى الصناعة فى الأجل الطويل تبدأ من حالة توازن مبدئى فى الأجل القصير، حيث يتقاطع منحنى الطلب (ط ق١) مع منحنى العرض (ع ق١) ويسود الصناعة السعر التوازنى (ث١) ، وعند هذا السعر يتحقق توازن المنشأة فى الأجل القصير والأجل الطويل عند الحجم الأمثل للإنتاج والحجم الأمثل للمشروع بإنتاج الكمية (و ك١) .

شكل رقم (٢-١٠)

تأثير تعديلات الأجل الطويل على المنشأة والصناعة

حالة الصناعة ذات التكاليف المتزايدة



ولكن عندما يزداد الطلب على مُنتَّج الصناعة ليصبح (ط ق٢) يتحقق توازن السوق عندما يتقاطع منحنى الطلب الجديد (ط ق٢) مع منحنى العرض (ع ق١) ليرتفع سعر التوازن ليصبح (ث٢) ، ويغرى هذا السعر المرتفع المنشأة لزيادة الإنتاج إلى (وك١) وتحقق أرباح اقتصادية (غير عادية) ، أى أن تأثير زيادة الطلب فى الأجل القصير هو : -

١- ارتفاع سعر المُنتَّج فى السوق (الصناعة) .

٢- زيادة إنتاج الصناعة نتيجة لزيادة الإنتاج فى المنشآت الفردية بمعدلات تفوق الطاقة المثلى للإنتاج .

ولايقتصر الأمر عند هذا الحد ، حيث ستستمر زيادة الطلب تُحدث آثارها فى الأجل الطويل، إذ ستغرى الأرباح الاقتصادية التى تحققت للمنشأة فى الأجل القصير منشآت جديدة لدخول الصناعة ، ومن ثم يزداد عرض الصناعة ليصبح (ع ق ٢) ويتقاطع مع منحنى الطلب (ط ق ٢) ليتحقق توازن الصناعة عند السعر (ث ٣) ، وهو سعر أقل من (ث ٢).

وطالما أن هذه الصناعة تعمل فى إطار التكاليف المتزايدة ، يؤدى دخول المنشآت الجديدة إلى ارتفاع أسعار الموارد (مدخلات الإنتاج) ، وبالتالى فإن منحنيات التكاليف المتوسطة للمنشأة سترتفع لأعلى لتصبح (م ت ط $_{٢}$)، (م ت ق $_{٢}$) ، (ت ح $_{٢}$) ، وعند السعر الجديد (ث $_{٣}$) يتحقق توازن المنشأة فى الأجل القصير والأجل الطويل عند الحجم (و ك $_{٢}$) ، وهو أقل من الحجم (و ك $_{١}$) وتتلاشى الأرباح الاقتصادية (غير العادية) ، وتصل المنشأة إلى الحجم الأمثل للإنتاج والحجم الأمثل للمشروع ، ولكن عند حجم أقل من الحجم السابق.

ويمكن اشتقاق منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل بتوصيل النقاط التى تمثل الأوضاع التوازنية للصناعة فى الأجل الطويل (ن $_{١}$ ، ن$_{٣}$) لنحصل على المنحنى (ع $_{ط}$ع $_{ط}$) .

ويمكن اشتقاق هذا المنحنى كذلك عن طريق الجمع الأفقى للنقاط الدنيا لمنحنيات (م ت ط) الخاصة بالمنشآت الفردية العاملة الصناعية ، ويوضح منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل كميات الإنتاج للصناعة ككل عند مختلف الأسعار الممكنة .

ويكون منحنى عرض الصناعة موجب الميل أى علاقة طردية بين السعر والكميات المعروضة ويكون كبير المرونة .

تفسير تعديلات الأجل الطويل فى الصناعة ذات التكاليف المتزايدة :

فى حالة الصناعة ذات التكلفة المتزايدة يترتب على دخول المنشآت الجديدة انتقال منحنيات التكاليف للمنشآت الحالية إلى أعلى. ويحدث ذلك عادة فى حالة الصناعة التى تستخدم كميات كبيرة (بالنسبة للعرض الكلى) من الموارد المستخدمة فى إنتاج السلعة . وعليه فإن دخول المنشآت الجديدة فى تلك الصناعة ، يؤدى إلى زيادة الطلب على هذه الموارد، وبالتالى ترتفع أسعارها، ونتيجة لارتفاع أسعار الموارد الإنتاجية سوف تنتقل منحنيات التكاليف من موضعها الأصلى إلى أعلى.

وبالرغم من أن المنشأة الفردية لاتستطيع التأثير بمفردها على أسعار الموارد الإنتاجية ، إلا أن دخول المنشآت الجديدة فى الصناعة وزيادة معدلات تشغيل المنشآت الحالية لطاقاتها الإنتاجية وتعديلها لتلك الطاقات، فيؤدى ذلك إلى زيادة الطلب على الموارد المستخدمة فى الصناعة ، وبالتالى ارتفاع أسعارها. ومن ثم قلة القوى التى تسبب ارتفاع أسعار الموارد تتركز فى الواقع خارج نطاق المنشأة الفردية، ويطلق على هذه القوى وما يترتب عليها من انتقال منحنيات التكاليف إلى أعلى اصطلاح 'الأضرار الخارجية' لزيادة الإنتاج فى الصناعة .

ويترتب على انخفاض سعر السلعة وارتفاع تكاليف الإنتاج تناقص الأرباح التى تحققها المنشأة ، وسيستمر دخول المنشآت الجديدة وانخفاض سعر السلعة وازدياد التكاليف إلى أن يتلاشى ما يمكن أن تحصل عليه المنشأة الفردية من أرباح ، وتحت هذه الظروف يتوقف دخول المنشآت الجديدة فى الصناعة ، وتصل الصناعة مرة ثانية لوضع توازنى جديد فى المدى الطويل. هذا ويجب أن نشير إلى أن سعر التوازن الجديد ($ث_{٣}$) هو أدنى من نظيره فى المدى القصير ($ث_{٢}$) ، ولكنه يفوق سعر التوازن الأصلى ($ث_{١}$) وستقوم المنشأة بإنتاج الكمية ($ك_{٢}$) ، وهو أقل من حجم الإنتاج فى الوضع السابق ، أما إنتاج الصناعة فيزداد ، ويرجع ذلك لسببين هما : زيادة عدد المنشآت العاملة فى الصناعة بسبب دخول منشآت جديدة ، وتوسع طاقات الإنتاج فى المنشآت القائمة .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن حجم إنتاج المنشأة فى الوضع التوازنى الجديد (و $ك_{٢}$) قد يكون مساوياً أو أقل أو أكبر من الناتج الأصلى قبل الزيادة فى الطلب. ويتوقف ذلك عادة على الكيفية التى ستنتقل بها منحنيات التكاليف إلى أعلى. فقد تنتقل منحنيات التكاليف إلى أعلى موازية لمنحنيات التكاليف الأصلية ، كما قد تنتقل إلى أعلى قليلاً نحو اليسار أو إلى أعلى قليلاً نحو اليمين. ويتوقف ذلك بالتالى على التغير النسبى فى أسعار مجموعات الموارد المختلفة ، فإذا ما ازدادت

أسعار كافة الموارد بنفس النسبة فلن يكون هناك أى تغيير فى مجموعات الموارد الأقل تكلفة ، وبالتالى ستنتقل منحنيات التكاليف إلى أعلى موازية لنظيرتها الأصلية، وفى هذه الحالة سوف يتساوى ناتج المنشأة فى الوضع التوازنى الجديد مع نظيره فى الوضع التوازنى الأصلى فى المدى الطويل. أما إذا ازدادت أسعار الموارد الثابتة فى المدى القصير بنسبة أكبر من نسبة زيادة أسعار الموارد التى تعتبر متغيرة فى المدى القصير، فإن المنشأة فى هذه الحالة سوف تقتصد فى استخدام الموارد الثابتة . وبذلك ستقل نسبة الموارد الثابتة إلى الموارد المتغيرة عند اختيار مجموعات الموارد الأقل تكلفة ، ونتيجة لذلك سوف تميل المنشأة إلى إقامة الحجم الأمثل للإنتاج عند الوضع التوازنى الجديد، وبنطاق أقل من نظيره فى الوضع التوازنى الأصلى، وبناء على ذلك يكون ناتج المنشأة التوازن الجديد أقل من مثيله عند التوازن الأصلى كما يبدو فى الشكل (١٠-١٢) ، أما فى حالة ارتفاع أسعار الموارد التى اعتبرت متغيرة فى المدى القصير بنسبة أكبر من نسبة زيادة أسعار الموارد الثابتة فى المدى القصير، فإن المنشأة فى هذه الحالة تميل إلى الاقتصاد فى استخدام الموارد المتغيرة ، وعليه ستقل نسبة الموارد المتغيرة إلى الموارد الثابتة عند اختيار مجموعات الموارد الأقل تكلفة ، ونتيجة لذلك ستنتقل منحنيات التكاليف إلى أعلى صوب اليمين قليلاً ، كما سيتسع نطاق السعة الإنتاجية قليلاً فى موقف التوازن الجديد عن مثيله فى الموقف الأصلى طويل المدى، وسيزداد تبعاً لذلك مستوى الناتج الجديد عن الناتج الأصلى قبل زيادة الطلب.

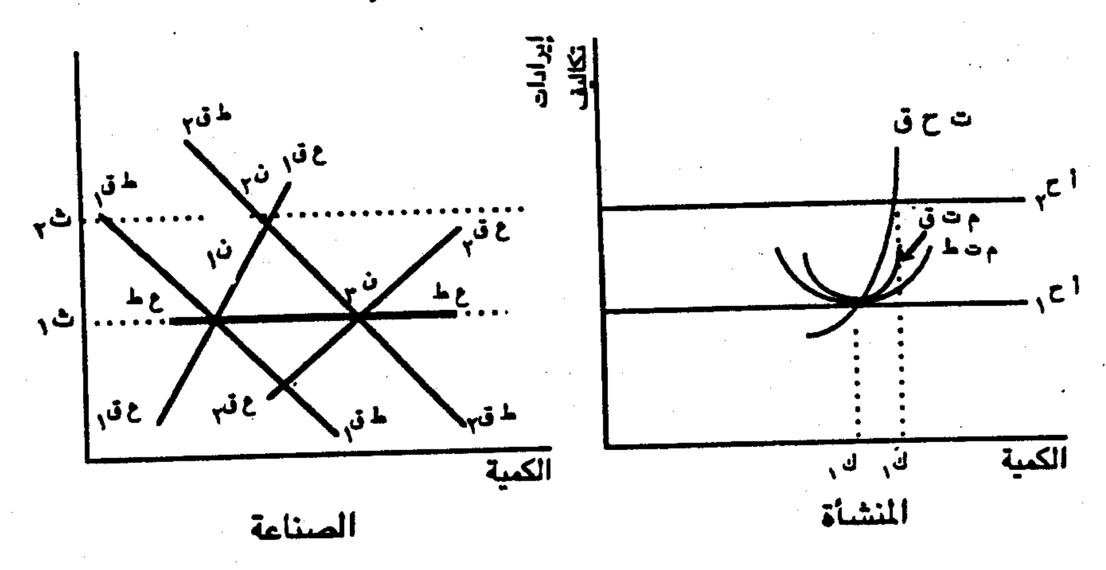
٣-٢ : توازن المنشأة والصناعة فى الأجل الطويل : الصناعة ذات التكاليف الثابتة :

نفترض أن الصناعة فى حالة توازن طويل الأجل، وقد حدثت زيادة فى الطلب على مُنتَج الصناعة ، وبتتبع التعديلات التى ستترتب على زيادة الطلب فى كل من الأجل القصير والأجل الطويل، يمكننا اشتقاق منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل، وذلك كما يتضح من تحليل الشكل رقم (١١-١٢):

شكل رقم (١١-١٢)

تأثير تعديلات الأجل الطويل على المنشأة والصناعة

حالة الصناعة ذات التكاليف الثابتة



يتضح من الشكل رقم (١١-١٢) أن تحليل التعديلات التى تتم فى الصناعة فى الأجل الطويل تبدأ من حالة توازن مبدئى فى الأجل القصير، حيث يتقاطع منحنى الطلب (ط ق١) مع منحنى العرض (ع ق١) ويسود الصناعة السعر التوازنى (ث١) ، وعند هذا السعر يتحقق توازن المنشأة فى الأجل القصير والأجل الطويل عند الحجم الأمثل للإنتاج والحجم الأمثل للمشروع بإنتاج الكمية (و ك١) .

ولكن عندما يزداد الطلب على مُنتَّج الصناعة ليصبح (ط ق٢) يتحقق توازن السوق عندما يتقاطع منحنى الطلب الجديد (ط ق ٢) مع منحنى العرض (ع ق١) ليرتفع سعر التوازن ليصبح (ث٢) ، ويغرى هذا السعر المرتفع المنشأة لزيادة الإنتاج إلى (وك٢) وتحقق أرباح اقتصادية (غير عادية) ، أى أن تأثير زيادة الطلب فى الأجل القصير هو :

١- ارتفاع سعر المُنتَج فى السوق (الصناعة) .

٢- زيادة إنتاج الصناعة نتيجة لزيادة الإنتاج فى المنشأت الفردية بمعدلات تفوق الطاقة المثلى للإنتاج .

ولايقتصر الأمر عند هذا الحد ، حيث ستستمر زيادة الطلب تحدث أثارها فى الأجل الطويل، إذ ستغرى الأرباح الاقتصادية التى تحققت للمنشأة فى الأجل القصير منشآت جديدة لدخول الصناعة ، ومن ثم يزداد عرض الصناعة ليصبح (ع ق ٢) ويتقاطع مع منحنى الطلب (ط ق ٢) ليتحقق توازن الصناعة عند نفس السعر (ث ٢).

وطالما أن هذه الصناعة تعمل فى إطار ثبات التكاليف ، لن يؤدى دخول المنشآت الجديدة إلى أى تغير فى أسعار الموارد (مدخلات الإنتاج) ، وبالتالى فإن منحنيات التكاليف المتوسطة للمنشأة ستظل ثابتة فى مكانها دون أى تغيير ، وعند السعر الجديد (ث ٢) يتحقق توازن المنشأة فى الأجل القصير والأجل الطويل عند نفس الحجم (و ك ١) وتتلاشى الأرباح الاقتصادية (غير العادية) ، وتصل المنشأة إلى الحجم الأمثل للإنتاج والحجم الأمثل للمشروع ، ولكن عند حجم أقل من الحجم السابق.

ويمكن اشتقاق منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل بتوصيل النقاط التى تمثل الأوضاع التوازنية للصناعة فى الأجل الطويل (ن ١ ، ن٣) لنحصل على المنحنى (ع ط ع ط) .

ويمكن اشتقاق هذا المنحنى كذلك عن طريق الجمع الأفقى للنقاط الدنيا لمنحنيات (م ت ط) الخاصة بالمنشآت الفردية العاملة الصناعية ، ويوضح منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل كميات الإنتاج للصناعة ككل عند مختلف الأسعار الممكنة .

ويكون منحنى عرض الصناعة خط مستقيم موازى للمحور الأفقى، أى يكون منحنى عرض لانهائى المرونة.

تفسير تعديلات الأجل الطويل فى الصناعة ذات التكاليف الثابتة :

فى حالة الصناعة ذات التكلفة الثابتة لايؤدى دخول المنشآت الجديدة عادة إلى

زيادة الطلب على الموارد الإنتاجية بدرجة كافية للتأثير على أسعار تلك الموارد، ويحدث ذلك عندما تكون كمية الموارد التى تستخدم فى الصناعة قليلة بالنسبة للمعروض منها فى السوق. ونتيجة لذلك فإن منحنيات التكاليف ستبقى فى وضعها الأصلى دون تغيير، وستظل المنشآت تحقق أرباحاً إلى أن تدخل المنشآت الجديدة بالعدد الكافى لخفض سعر السلعة إلى المستوى (ث١) ، وهنا يتساوى السعر مع الحد الأدنى لمتوسط التكاليف فى المدى الطويل ، حيث تعود الصناعة ومنشآتها إلى حالة التوازن طويل المدى مرة ثانية . وكما يتضح من الشكل (١١-١٢) سينتقل منحنى عرض الصناعة قصير المدى فى وضعه الجديد (ع ق٢) . وستقوم المنشأة الفردية بإنتاج نفس الكمية الأصلية (و ك١) حيث يتساوى (ت ح ق) مع الإيراد الحدى أو السعر (ث١) وسيزداد ناتج الصناعة إلى المستوى (هـ٢) نتيجة لدخول المنشآت الجديدة فى الصناعة.

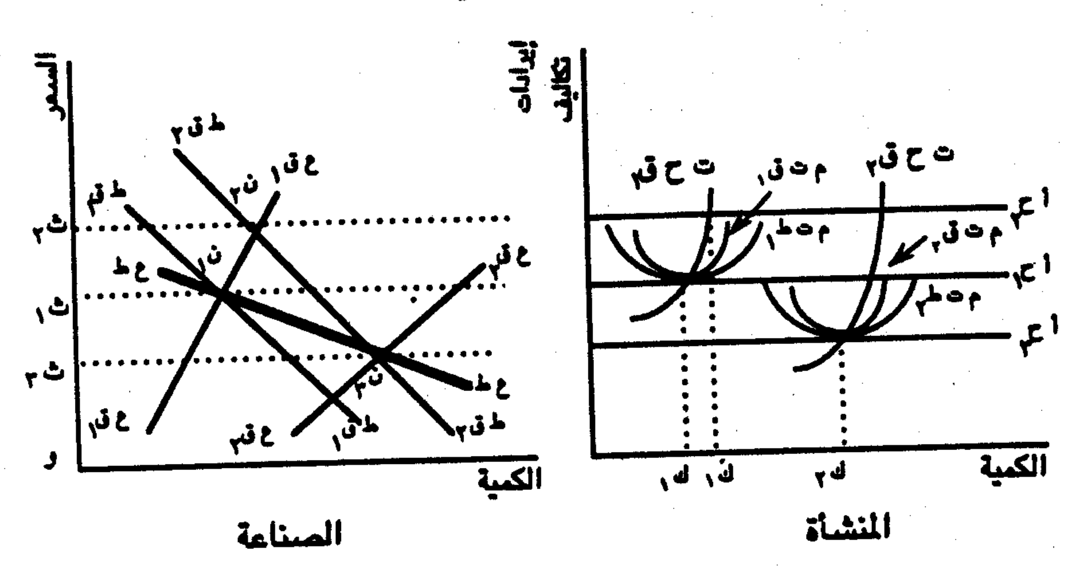
٣-٣ : توازن المنشأة والصناعة فى الأجل الطويل : الصناعة ذات التكاليف المتناقصة :

نفترض أن الصناعة فى حالة توازن طويل الأجل، وقد حدثت زيادة فى الطلب على مُنتَج الصناعة ، وبتتبع التعديلات التى ستترتب على زيادة الطلب فى كل من الأجل القصير والأجل الطويل، يمكننا اشتقاق منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل، وذلك كما يتضح من تحليل الشكل رقم (١٢-١٢).

يتضح من الشكل رقم (١٢-١٢) أن تحليل التعديلات التى تتم فى الصناعة فى الأجل الطويل تبدأ من حالة توازن مبدئى فى الأجل القصير، حيث يتقاطع منحنى الطلب (ط ق١) مع منحنى العرض (ع ق١) ويسود الصناعة السعر التوازنى (ث١) ، وعند هذا السعر يتحقق توازن المنشأة فى الأجل القصير والأجل الطويل عند الحجم الأمثل للإنتاج والحجم الأمثل للمشروع بإنتاج الكمية (و ك١) .

ولكن عندما يزداد الطلب على مُنتَج الصناعة ليصبح (ط ق٢) يتحقق توازن السوق عندما يتقاطع منحنى الطلب الجديد (ط ق٢) مع منحنى العرض (ع ق١) ليرتفع سعر التوازن ليصبح (ث٢) ، ويغرى هذا السعر المرتفع المنشأة لزيادة الإنتاج

شكل رقم (١٢-١٢)
تأثير تعديلات الأجل الطويل على المنشأة والصناعة
حالة الصناعة ذات التكاليف المتناقصة



إلى (وكَ١) وتحقق أرباح اقتصادية (غير عادية) ، أى أن تأثير زيادة الطلب فى الأجل القصير هو :

١- ارتفاع سعر المُنتَج فى السوق (الصناعة) .

٢- زيادة إنتاج الصناعة نتيجة لزيادة الإنتاج فى المنشآت الفردية بمعدلات تفوق الطاقة المثلى للإنتاج .

ولايقتصر الأمر عند هذا الحد ، حيث ستستمر زيادة الطلب تحدث آثارها فى الأجل الطويل، إذ ستغرى الأرباح الاقتصادية التى تحققت للمنشأة فى الأجل القصير منشآت جديدة لدخول الصناعة ، ومن ثم يزداد عرض الصناعة ليصبح (ع ق ٢) ويتقاطع مع منحنى الطلب (ط ق ٢) ليتحقق توازن الصناعة عند السعر (ث ٣) ، وهو سعر أقل من (ث ١).

وطالما أن هذه الصناعة تعمل فى إطار التكاليف المتناقصة ، يؤدى دخول

المنشآت الجديدة إلى انخفاض أسعار الموارد (مدخلات الإنتاج) ، وبالتالى فإن منحنيات التكاليف المتوسطة للمنشأة تنتقل لأسفل لتصبح (م ت ط ٢)، (م ت ق ٢) ، (ت ح ٢) ، وعند السعر الجديد (ث ٢) يتحقق توازن المنشأة فى الأجل القصير والأجل الطويل عند الحجم (و ك ٢) ، وهو أكبر من الحجم (و ك ١) وتتلاشى الأرباح الاقتصادية (غير العادية) ، وتصل المنشأة إلى الحجم الأمثل للإنتاج والحجم الأمثل للمشروع ، ولكن عند حجم أكبر من الحجم السابق.

ويمكن اشتقاق منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل بتوصيل النقاط التى تمثل الأوضاع التوازنية للصناعة فى الأجل الطويل (ن ١ ، ن ٢) لنحصل على المنحنى (ع ط ع ط) . ويمكن اشتقاق هذا المنحنى كذلك عن طريق الجمع الأفقى للنقاط الدنيا لمنحنيات (م ت ط) الخاصة بالمنشآت الفردية العاملة الصناعية ، ويوضح منحنى عرض الصناعة فى الأجل الطويل كميات الإنتاج للصناعة ككل عند مختلف الأسعار الممكنة .

ويكون منحنى عرض الصناعة سالب الميل أى علاقة عكسية بين السعر والكميات المعروضة ويكون كبير المرونة .

تفسير تعديلات الأجل الطويل فى الصناعة ذات التكاليف المتناقصة :

يمكن أن تنطبق حالة الصناعة ذات التكاليف المتناقصة على صناعة ناشئة وآخذة فى النمو فى منطقة جديدة ، فإن المنشآت فى هذه الصناعة سوف تعمل فى ظل ظروف لاتتوفر فيها وسائل النقل الكافية كما تعمل فى أسواق (سواء سوق الموارد أو سوق السلعة النهائية) غير مكتملة التنظيم . ومن ثم فإن زيادة عدد المنشآت فى الصناعة وتوسيع نطاقها قد يحفز على تحسين وسائل النقل وتنظيم الأسواق بشكل يحقق خدمات تسويقية أفضل. فتوسع الصناعة فى منطقة معينة يشجع فى العادة على تنمية وتحسين وسائل النقل بالسكك الحديدية وعلى إقامة وتعبيد الطرق وتحسين وسائل وخدمات النقل الجوى من وإلى المنطقة ، ويترتب على ذلك انخفاض تكاليف

إنتاج المنشـآت الفردية. وتختلف التفسيرات التى توضح النماذج المختلفة للتكاليف المتناقصة ؛ إلا أن كل هذه التفسيرات تقوم فى الواقع على أساس تحسين نوعية الموارد التى تستخدمها الصناعة أو تتأتى من تحسين مستوى الكفاءة داخل الصناعات الحائزة أو المنتجة لتلك الموارد.

ويجب التمييز بين حالة التكاليف المتناقصة (الوفورات الخارجية) وبين حالة الوفورات الداخلية لزيادة الطاقة الإنتاجية التى تتحقق فى المنشأة التى تعمل بطاقة إنتاجية أقل من الطاقة المثلى. فغالباً لاتستطيع المنشأة الفردية التأثير على الوفورات الخارجية والتى تنشأ عن التوسع فى نطاق الصناعة أو عن قوى معينة خارجة عن نطاق أو سيطرة المنشأة . أما الوفورات الداخلية للحجم فتتأتى عن بعض القوى التى تستطيع المنشأة السيطرة عليها، إذ تستطيع المنشأة تحقيق هذه الوفورات عن طريق التوسع فى حجم المشروع.

٣-٤ : ملاحظات على تعديلات الأجل الطويل فى المنشأة والصناعة:

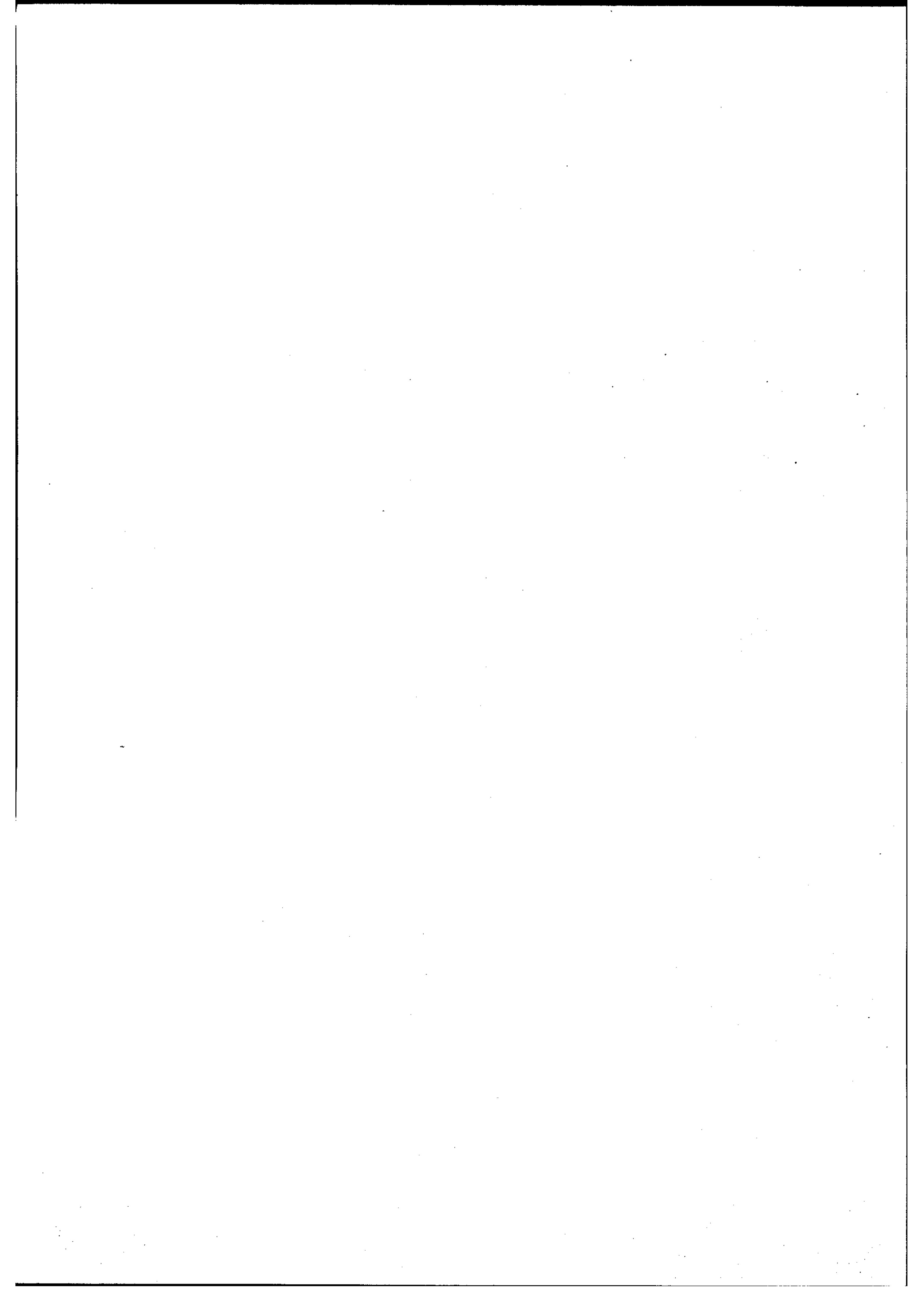
بعد تحليل ودراسة تأثير تعديلات الأجل الطويل على الصناعة والمنشأة فى الحالات الثلاث المحتملة لظروف الصناعة، يكون من الضرورى إبراز الملاحظات التالية :

١) تعد الصناعات ذات التكاليف المتزايدة أكثر الحالات شيوعاً كما تكون الصناعات ذات التكاليف المتناقصة هى أقلها شيوعاً . وغالباً ما تتحول الصناعة ذات التكلفة الثابتة والمتناقصة إلى تلك ذات التكلفة المتزايدة كلما ازداد عمر الصناعة وتم تنظيمها بالشكل المناسب. وحتى إذا سلمنا بإمكانية وجود حالة الصناعة ذات التكلفة المتناقصة فسرعان ما تتحول تلك الصناعة إلى صناعة ذات تكلفة ثابتة أو متزايدة ، وذلك بعد حد معين تتحقق عنده كل الوفورات الخارجية الممكنة للمنشآت الفردية .

٢) اقتصر التحليل السابق على سلسلة التعديلات الناشئة عن زيادة الطلب على

السلعـة . وبنفس الطريقـة يمكننا تتبع التعـديلات التى تجـرى فى المدى الطويل نتيجـة نقص الطلب. إذ يترتب على نقص الطلب تحمل المنشـآت الفردية لبعض الخسائر الأمر الذى يؤدى ببعض المنشآت إلى الانسـحاب من الصناعة، ويستمر خـروج المنشـآت من الصناعـة إلى أن تتـحـقق حـالة التـوازن طويل الأجل من جديد.

٣) يمكن توضيح سلسلة التعديلات التى تحـدث فى الصناعة ، وفى المنشآت الفردية المماثلة لها فى الأجل الطويل نتيجة لعوامل أخرى غير التغير فى الطلب. فالتقدم الفنى (الابتكارات والاختـراعـات) مـثلاً يـؤدى إلى اختـلال التـوازن المبـدئى ويشـجع على دخول مـنشآت جـديدة فى الصناعـة، ويستـمـر دخول المنشـآت الجـديدة على هذا النحـو إلى أن يتحـقق التـوازن من جديد سـواء فى الصناعـة بأكملها أو بالنسبة للمنشآت العاملة بها .



الفصل الثالث عشر
أهداف الربحية للمنشأة
فى سوق الاحتكار الكامل

يكون المشروع بمثابة المُنتِّج الوحيد لسلعة فى سوق معينة، وتسمى حالة السوق هذه بالاحتكار التام . ولايوجد الاحتكار التام إلا عندما لايكون هناك بدائل قريبة لمُنتَّج البائع الوحيد. ولايقتصر الأمر على عدم وجود مشروعات منافسة تنتج نفس المُنتَّج ، ولكنه يشمل عدم وجود مشروعات تنتج منتجات لاتختلف كثيراً عن ذلك المُنتَّج .إذ يجب أن يكون مُنتَّج المحتكر التام مختلفاً جذرياً بصورة واضحة . وهكذا لايواجه المشروع الاحتكارى منافسة مباشرة من مشروعات منافسة ، وبالتالى فإنه يتمتع بقوة سوقية كبيرة .

وتعتبر أمثلة الاحتكار التام فى الواقع العملى قليلة ومتناثرة، ولكن المشروعات العاملة فى مجال تقديم الكهرباء، الغاز الطبيعى، الاتصال الهاتفى، خدمة التليفزيون السلكى، وبعض خدمات النقل[1] تقترب من وضع الاحتكار التام. وفى السنوات الماضية انتشرت الأوضاع القريبة من الاحتكار التام فى إنتاج الألمونيوم ، النيكل، المنجنيز،، ماكينات صناعة الأحذية ، وسيارات السفر.

ويتمثل السبب الرئيسى فى حدوث الاحتكار التام فى وجود اقتصاديات نطاق كبيرة ، حيث يتحقق أقل تكللفة للوحدة ، وبالتالى أقل سعر للمستهلك ، عندما يلبى مشروع واحد كل طلب السوق على السلعة . وكذلك فإن التكاليف المتوسطة المرتفعة جداً عند النواتج صغيرة أو متوسطة الحجم تحول دون دخول مشروعات جديدة ، ويحتمل أن يكون المستهلكون أحسن حالاً مع منتج واحد يشترون منه السلعة . وهكذا نجد أنه بينما يمكن فنياً أن يكون هناك مشروعان أو أكثر، إلا أن

---

(١) خدمات النقل بالسكك الحديدية ، وكذلك خدمات النقل بالطيران الداخلي وفي معظم الدول، حيث تتولاها عادة شركة أو هيئة وحيدة.

وجود أكثر من مشروع لايحقق الكفاءة الاقتصادية. وتسمى الصناعات التى يحدث فيها هذا "بالاحتكارات الطبيعية". وفى الحالة العادية تمنح الاحتكارات الطبيعية حقوقاً مطلقة من الحكومة لخدمة سوق أو منطقة جغرافية معينة ، وذلك فى مقابل خضوع المشروع لتنظيمات الحكومة كإجراء لمنع انتهاك القوة الاحتكارية . وتمثل مشروعات المنافع العامة نمط مشروع الاحتكار الطبيعى.

بالرغم من أن الاحتكار التام يمثل ظاهرة سوقية محدودة ، إلا أنه مفيد فى دراسة قرارات السعر والناتج للمحتكر التام. إذ أن هذا يوضح أنماط سلوك الأنشطة الاحتكارية ، بغض النظر عما إذا كان المشروع محتكراً تاماً.

عادة ما يوجد فى السوق التنافسية عدة مشروعات تبيع منتجاً متماثلاً، وأية محاولة يقوم بها أحد المشروعات لبيع منتجه بسعر أعلى من سعر السوق تدفع المستهلكين إلى ترك المشروع مرتفع الثمن إلى منافسيه . أما فى السوق الاحتكارية فيوجد مشروع واحد يبيع منتجاً محدداً، وعندما يرفع المحتكر سعره فإنه يفقد بعض وليس كل عملائه .

وفى الواقع نجد أن معظم الصناعات تقع فى مكان ما بين هذين النقيضين ، فإذا قامت محطة بنزين فى مدينة صغيرة برفع سعر بيع البنزين وفقدت معظم عملائها، فإن هذا المشروع يتصرف كمشروع تنافسى. أما إذا قام مطعم فى نفس المدينة برفع سعره وفقد عدداً قليلاً فقط من عملائه، يمكن أن نعتبر أن هذا المطعم يتمتع بدرجة ما من القوة الاحتكارية .

وإذا كان المشروع يتمتع بدرجة ما من القوة الاحتكارية فإنه يتمتع بخيارات أكثر من المشروع الذى يعمل فى صناعة فى ظل المنافسة الكاملة . وعلى سبيل المثال، فإنه يستطيع استخدام المزيد من استراتيجيات التسعير والتسويق المعقدة ، بالمقارنة بالمشروع الذى يعمل فى صناعة تنافسية . وكذلك فإنه يستطيع محاولة تمييز منتجة

عن المنتجات التى يبيعها منافسوه ، لدعم قوته السوقية بدرجة أكبر. إلى أن يصل إلى درجة التمييز الكامل لمُنتَّجه عن منتجات الآخرين ، ويصل بالسوق إلى الاحتكار الكامل، لأنه يصبح المنتج الوحيد لمُنتَّج ليس له بديل.

١ : توازن المنشأة فى الأجل القصير :

كما اتضح من تحليلنا السابق لتوازن المنشأة فى سوق المنافسة الكاملة، فإن الهدف الأساسى للمنشأة هو تحقيق أقصى ربح ممكن أو تحقيق أدنى خسارة ممكنة فى حالة تحقيق خسائر بشرط عدم تجاوز الخسارة التكاليف الثابتة.

ويتحقق هذا الهدف للمنشأة عندما تكون الإضافة إلى الإيراد الكلى المتحققة عن أخر وحدة تنتجها المنشأة تساوى الإضافة إلى التكلفة الكلية المترتبة عن إنتاج تلك الوحدة الأخيرة . وقد أطلقنا على الإضافة إلى الإيراد الكلى المتحقق عن زيادة الإنتاج أو المبيعات بوحدة واحدة الإيراد الحدى ، وأطلقنا على الإضافة إلى التكلفة الكلية المترتبة على زيادة الإنتاج بوحدة واحدة التكلفة الحدية . أى أن شرط التوازن للمنشأة فى سوق الاحتكار الكامل سيكون :

أح = ت ح

وهو نفسه شرط التوازن للمنشأة فى جميع هياكل السوق المختلفة.

وكما عرفنا من الفصل الأول أن طبيعة تكاليف الإنتاج لاتختلف باختلاف هيكل السوق، ولكن منحنيات الإيراد التى تواجه المنشأة التى تعمل فى سوق الاحتكار تختلف عن تلك التى تواجه المنشآت فى سوق المنافسة الكاملة ، وفى ضوء ذلك يمكننا تحليل توازن المنشأة فى الأجل القصير فى ضوء الاحتمالات التالية :

- توازن المنشأة مع تحقيق الأرباح الاقتصادية (غير العادية).
- توازن المنشأة مع تحقيق الأرباح العادية .
- توازن المنشأة مع تحقيق خسائر مقبولة .
- توازن المنشأة مع تحقيق الخسائر الحدية .
- توازن المنشأة مع ضرورة توقفها عن الإنتاج.

١-١ : توازن المنشأة فى الآجل القصير : هدف أقصى ربح ممكن:

فى هذه الحالة تتمكن المنشأة من تحقيق أرباح عند بعض أحجام الإنتاج ، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو إختيار حجم الإنتاج الذى يعظم الربح ، أى حجم الإنتاج الذى يمكن المنشأة من تحقيق أقصى ربح ممكن ، وفى هذه الحالة تحقق المنشأة الأرباح غير العادية (الاقتصادية) وهى الإيرادات التى تفوق التكاليف الكلية ، وفى نفس الوقت تحقق الأرباح العادية المحسوبة ضمن التكاليف الكلية كعائد لمورد التنظيم.

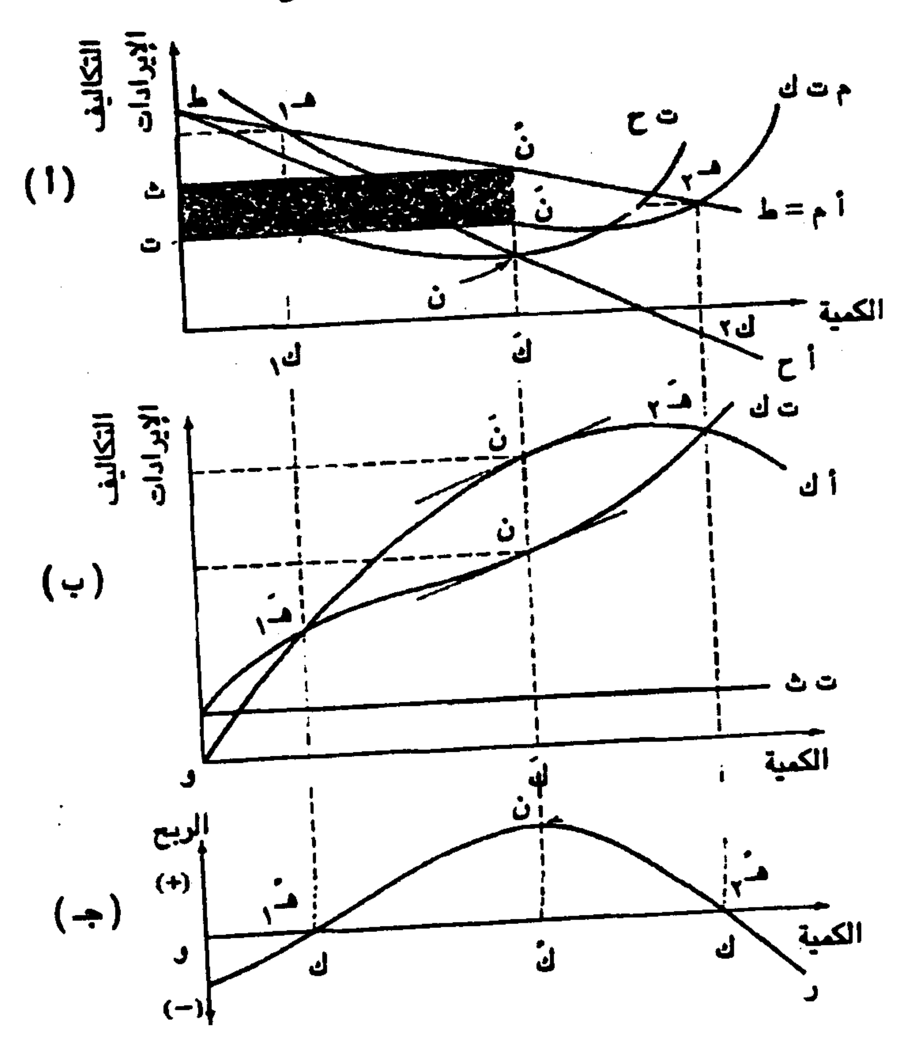
وتصل المنشأة إلى وضع التوازن كما أشرنا سابقاً عندما يتحقق شرط التوازن وهـو : (أ ح = ت ح) ، ولكن فى هذه الحالة سيكون الربح الكلى (أ ك - ت ك) عند أقصى قيمة له ، وكذلك سيكون متوسط الربح أو ربح الوحـدة (أ م - م ت ك) عند أقصى قيمة لـه ، وسيكون الربح الحدى (أ ح - ت ح) (الإضافة إلى الربح الكلى المترتب على آخر وحدة منتجة أو مباعة) مساوياً للصفر مهما تغير هدف الربحية للمنشأة ، ومهما تغير هيكل السوق.

ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل "شكل رقم (١-١٣) . ويتم تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (١-١٣) حيث يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وهو فى نفس الوقت الإيراد المتوسط، ويكون المنحنى (أ ح) الإيراد الحدى للمنشأة .

وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن) ، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ) ، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر (و ث) وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) أقصى ربح ممكن ويعادل المستطيل (ت نَ نً ث).

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (١-١٣) حيث يمثل المنحنى (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج ، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة

شكل رقم (١-١٣)
هدف أقصى ربح ممكن للمنشأة فى الأجل القصير
فى سوق الاحتكار الكامل



الكليـة عند جميع أحـجام ، ويمثل المنحـنى (ت ث) التكلفة الثـابتة ، ويتـحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطـة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها مـوازى لمماس منحنى (أ ك) عند النقطة (نَ) وبالتالى سيكون مـيل منحنى (أ ك) مسـاوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة ، أى أن (أ ح = ت ح) ، ومن ثم سيكون القـرار الرشيد للمنشـأة هو إنتاج الكميـة (و كَ) ، وتحقق

المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن ويعادل المسافة (ن نَ) فى المنطقة المحصورة بين منحنى (أ ك) ومنحنى (ت ك) بين نقطتى التعادل (هـ١ هـ٢).

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام مدخل الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (جـ) من الشكل (١-١٣) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (ب) من الشكل (١-١٣)، ويتحقق أقصى ربح ممكن للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و ك) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أقصى ربح ممكن يعادل المسافة (كَ نَ).

نقطة التوازن ونقطة التعادل :

فى التحليل السابق علمنا أن نقطة التوازن للمنشأة تتحقق عندما يتساوى (أ ح مع ت ح) وكان هذا الشرط متحققاً عند النقطة (ن) سواء فى الجزء (أ) أو (ب) أو (جـ) من الشكل (١-١٣).

ولكن نقطة التعادل تتحقق عندما يتساوى الإيراد الكلى (أ ك) مع التكلفة الكلية (ت ك) ويتحقق ذلك عند النقطة (هـَ١ ، هـَ٢) فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١) ، أو عندما يتساوى الإيراد المتوسط (أ م = ث) مع التكلفة المتوسطة الكلية (م ت ك) ، ويتحقق ذلك عند النقطة (هـ١ ، هـ٢) فى الجزء (أ) من الشكل (١-١٣) ، أو عندما يكون الربح الكلى (ر) مساوياً للصفر، ويتحقق ذلك عند النقطة (هـً١ ، هـً٢) فى الجزء (جـ) من الشكل (١-١٢) . وكما ذكرنا فى الفصل السابق فإن نقطة التعادل تختلف عن نقطة التوازن، حيث لايشترط أن يكون (أ ح) يساوى (ت ح) عند نقطة التعادل، فمن الجزء (ب) من الشكل (١-١٣) نلاحظ أنه عند النقطة (هـَ١ ، هـَ٢) يتقاطع منحنى (أ ك) مع منحنى (ت ك) ومن ثم لايكون المماس لمنحنى التكلفة الكلية عند (هـَ١ ، هـَ٢) موازياً لمنحنى (أ ك) ، وبالتالى لايكون ميلهما متساوى.

وإذا ألقينا نظرة إجمالية على الشكل (١-١٣) ، نلاحظ أن المنشأة تحقق خسائر
فى البدايات الأولى للإنتاج ، حيث تكون خبرتها بالسوق ناقصة، ويتحقق ذلك
للمنشأة عند جميع أحجام الإنتاج التى تقل عن حجم الإنتاج (و ك$_{١}$) ، حيث
يكون منحنى (ت ك) أعلى من منحنى (أ ك) فى الجزء (ب) من الشكل (١-١٣) ،
وكذلك يكون منحنى (م ت ك) أعلى من منحنى (أ م) فى الجزء (أ) من الشكل ،
ويكون منحنى الربح الكلى (ر) أسفل المحور الأفقى فى الجزء (جـ) من الشكل.

وتصل المنشأة إلى نقطة التعادل (هـ$_{١}$) عند حجم الإنتاج (و ك$_{١}$) ، وعندما يزيد
الإنتاج عن هذا الحجم تحقق المنشأة أرباح اقتصادية . حيث يكون منحنى (أ ك) أعلى
من منحنى (ت ك) فى الجزء (ب) من الشكل ، وسيكون منحنى (أ م) أعلى من
منحنى (م ت ك) فى الجزء (أ) من الشكل، وسيكون منحنى الربح الكلى (ر) أعلى
من المحور الأفقى فى الجزء (جـ) من الشكل، وتستمر المنشأة فى جنى هذه الأرباح
الاقتصادية إلى أن تصل إلى نقطة تعادل جديدة عند النقطة (هـ$_{٢}$) عندما تصل إلى
حجم الإنتاج (و ك$_{٢}$).

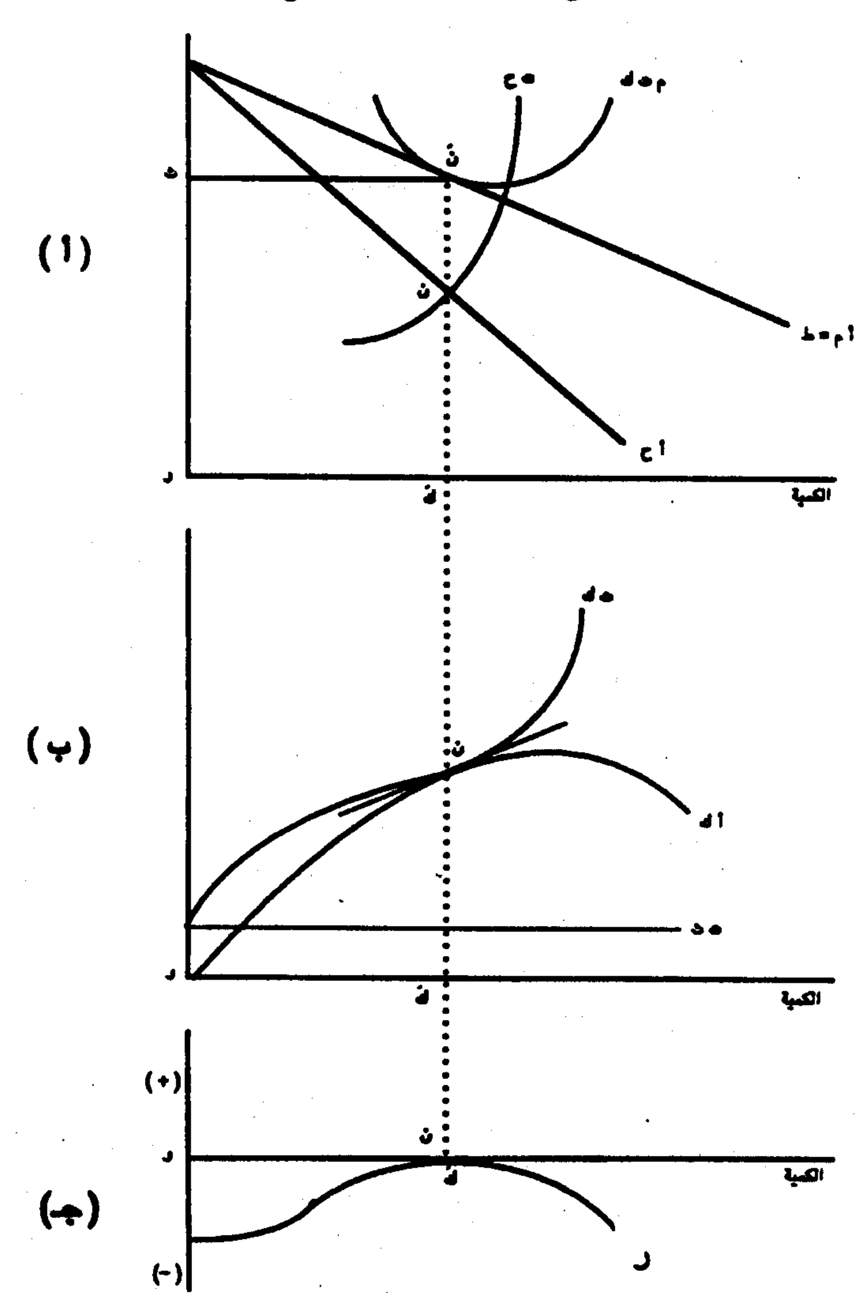
ولكن إذا قررت هذه المنشأة زيادة حجم الإنتاج عن (و ك$_{٢}$) فإنها ستحقق
خسائر مرة ثانية ، حيث سيكون منحنى (ت ك) أعلى من منحنى (أ ك) فى الجزء
(ب) من الشكل ، وسيكون منحنى (م ت ك) أعلى من منحنى (أ م) فى الجزء (أ) من
الشكل، وسيكون منحنى الربح الكلى (ر) أسفل المحور الأفقى فى الجزء (جـ) من
الشكل وستكون هذه الخسائر التى بدأت فى الظهور بعد حجم الإنتاج (و ك$_{٢}$)
مؤشراً للمنشأة للبدء فى التفكير لاتخاذ قرار بالتوسع فى طاقات الإنتاج لزيادة حجم
المشروع ، وهذا لن يتحقق فى الأجل القصير ولكنه سيكون قرار تخطيطى يتعلق
بالآجل الطويل.

١-٢ : توازن المنشأة فى الأجل القصير : هدف التعادل وتحقيق الأرباح العادية:

فى هذه الحالة لاتتمكن المنشأة من تحقيق الأرباح غير العادية عند أى حجم من
أحجام الإنتاج ، وتحقق خسائر عند جميع أحجام الإنتاج ماعدا حجم إنتاج وحيد

عنده يتعادل الإيراد الكلى مع التكلفة الكلية ، ويكون الربح أو الخسارة مساوياً للصفر، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو الاستقرار عند هذا الحجم من الإنتاج الذى يحقق الربح العادى وهو الربح المحسوب ضمن تكاليف الإنتاج.

شكل رقم (٢-١٣)
هدف تحقيق المنشأة للأرباح العادية
فى سوق الاحتكار الكامل



ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٢-١٣) . ويتم تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (٢-١٣) .

حيث سيتحقق توازن المنشأة عندما (أ ح = ت ح) عند النقطة (ن) ، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ) ، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر (و ث) . وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) الربح العادى فقط، وهو الربح المحسوب ضمن (م ت ك) ، حيث يمس منحنى (م = ك) منحنى (أ م) عند حجم الإنتاج (و كَ).

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٢-١٣) حيث يمثل الخط المستقيم (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج ، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام ، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة ، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) وهى النقطة الوحيدة التى يمس عندها منحنى (ت ك) منحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة ، أى أن (أ ح = ت ح) ، ومن ثم سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية الربح العادى فقط ، حيث يتعادل (أ ك) مع (ت ك) ، وبالتالى يمثل حجم الإنتاج (و ك) نقطة التوازن وفى نفس الوقت نقطة التعادل، وهذا الحجم من الإنتاج هو الوحيد الذى يجمع بين شرطى التوازن والتعادل فى المنشأة .

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام مدخل الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (جـ) من الشكل (٢-١٣) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (ب) من الشكل (٢-١٣)، ويتحقق الربح

العادى للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر). ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية الربح العادى حيث يكون الربح الاقتصادى مساوى للصفر.

١-٣ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: هدف أدنى خسارة ممكنة:

إذا انخفض سعر السلعة عن (م ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج ، تحقق المنشأة فى هذه الحالة خسائر عند جميع أحجام الإنتاج ، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو اختيار حجم الإنتاج الذى يحقق أدنى خسارة ممكنة بشرط أن تكون الخسائر أقل من أو تساوى التكلفة الثابتة فى المنشأة. أى أن المنشأة تتمكن من تغطية جميع تكاليفها المتغيرة على الأقل وأن أمكنها تغطية جزء من التكاليف الثابتة ، يكون ذلك الوضع أفضل حالاً.

وفى هذه الحالة بالرغم من أن السعر أقل من (م ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج ولكنه سيظل أعلى من (م ت غ) عند بعض أحجام الإنتاج ، وبالتالى سيكون (أ ك) أقل من (ت ك) عند جميع أحجام الإنتاج ، ولكن سيظل الإيراد الكلى أعلى من (ت غ) عند بعض أحجام الإنتاج .

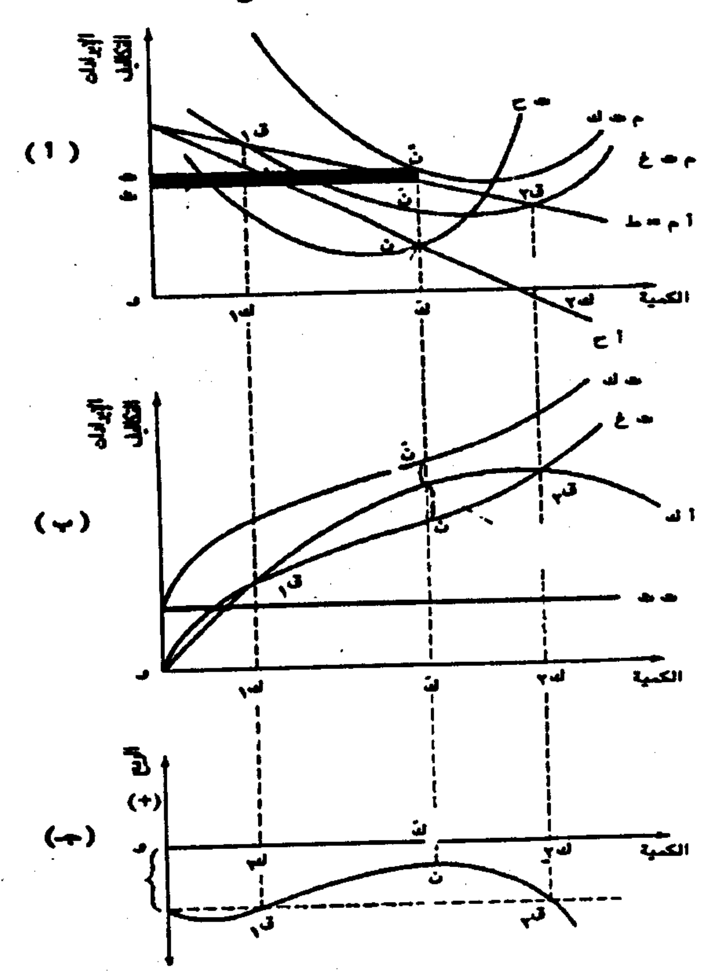
وستسمر المنشأة فى الإنتاج كلما انخفض السعر حتى إذا وصل انخفاض السعر فى السوق إلى الحد الذى يتعادل السعر مع (م ت غ) ، ولكن إذا انخفض السعر عن (م ت غ) فسيكون القرار الرشيد للمنشأة التوقف عن الإنتاج ، كما سيتضح من التحليل التالى.

ويمكن توضيح وضع التوازن للمنشأة فى هذه الحالة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٣-١٣) .

شكل (٣-١٣)

هدف أدنى خسارة ممكنة للمنشأة فى الأجل القصير

فى سوق الاحتكار الكامل



ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (٣-١٣) .

وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن) ، أى أن قرار الإنتاج الرشيد للمنشأة سيكون إنتاج الكمية (و كَ) ، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر (و ث)، وتحقق المنشأة بإنتاج الكمية (و كَ) أدنى خسارة ممكنة وتعادل المستطيل (ث نَ نً ت).

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٣-١٣) حيث يمثل المنحنى (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج ، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام ، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة ، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمماس المنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة ، أى أن (أ ح = ت ح) ، ومن ثم سيكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أدنى خسارة تعادل المسافة (ن نَ) فى المنطقة المحصورة بين منحنى (أ ك) ومنحنى (ت ك) بين نقطتى التعادل ($هـ_1$ $هـ_2$).

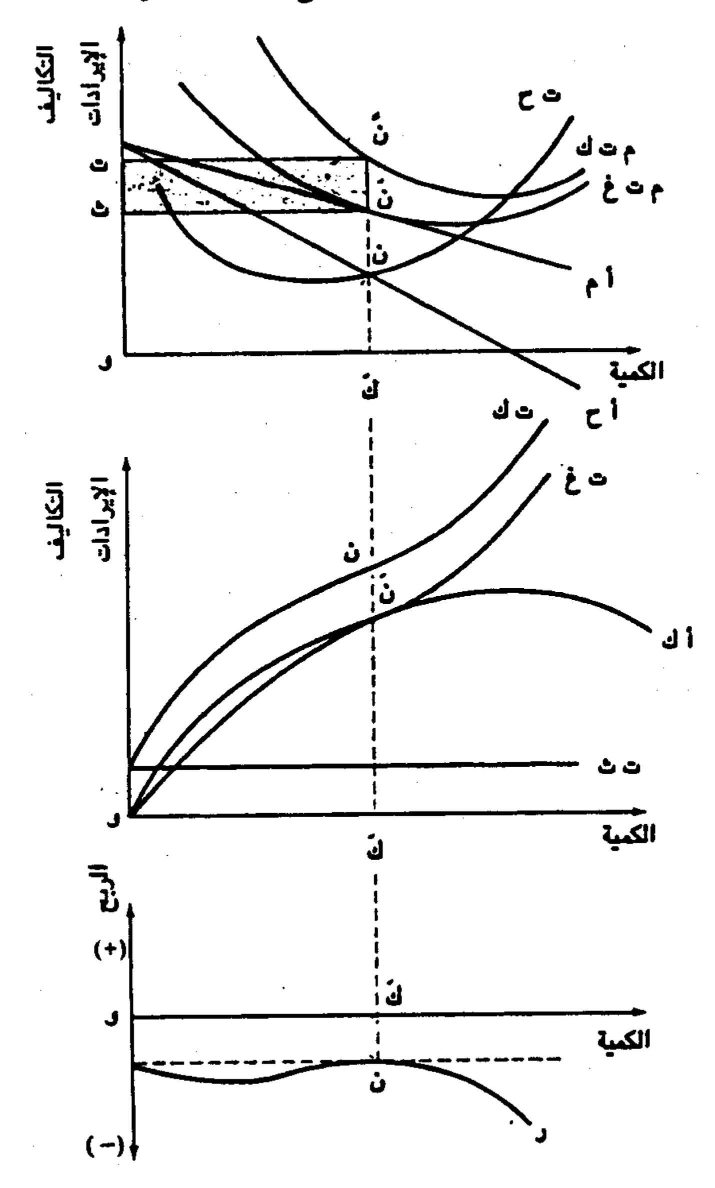
ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام مدخل الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (جـ) من الشكل (٣-١٣) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (ب) من الشكل (٣-١٣)، وتحقق أدنى خسارة ممكنة للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر) ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو إنتاج الكمية (و كَ) ، وتحقق المنشأة بإنتاج هذه الكمية أدنى خسارة ممكنة وتعادل المسافة (كَ ن).

ويلاحظ أنه بالرغم من أن المنشأة تحقق خسائر ولكنها تستمر فى الإنتاج ، ولكن إذا كانت خسائر المنشأة مساوية للتكلفة الثابتة ، أى أن المنشأة تغطى التكاليف المتغيرة فقط ولن تتمكن من تغطية التكاليف الثابتة فسيكون هذا الحجم من الإنتاج (و كَ) والسعر السائد فى السوق (و ث) هما الحد الفاصل بين التوقف الاستمرار فى الإنتاج كما يوضحه الشكل (٤-١٣).

شكل رقم (٤-١٣)

هدف أدنى خسارة ممكنة للمنشأة فى الأجل القصير

فى سوق الاحتكار الكامل (الحالة الحدية)



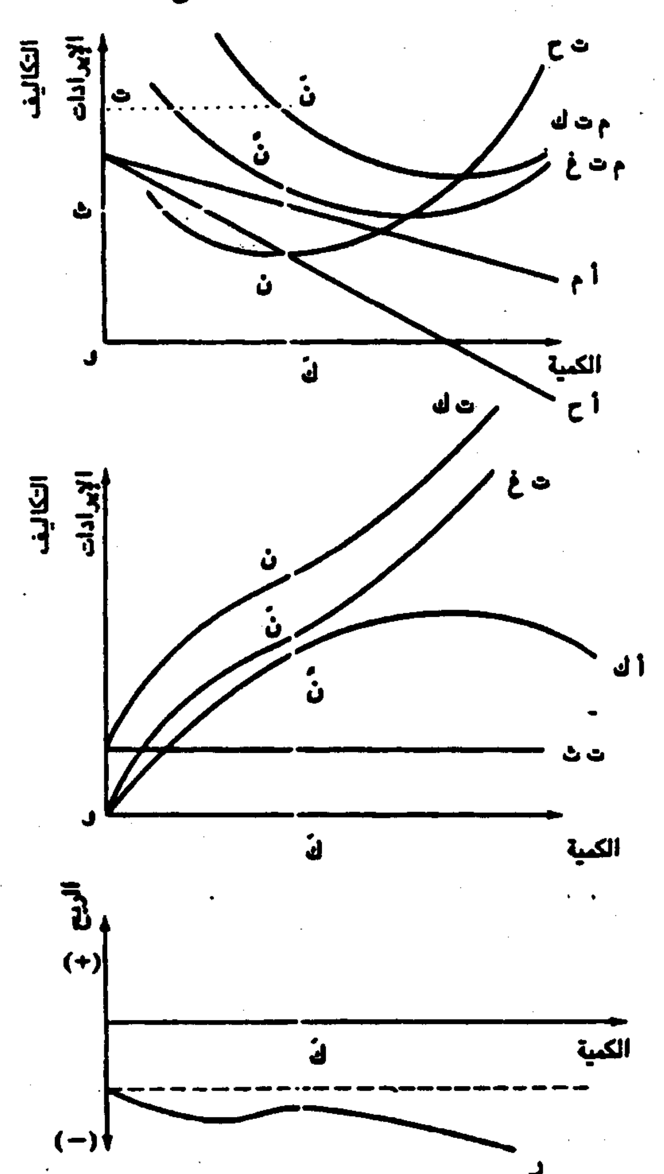
٤-١ : توازن المنشأة فى الأجل القصير: حالة التوقف عن الإنتاج:

وفى هذه الحالة تحقق المنشأة خسائر عند جميع أحجام الإنتاج، وتكون أقل خسارة يمكن أن تصل إليها المنشأة - فى حال اتخاذ قرار بالاستمرار فى الإنتاج - أكبر من التكلفة الثابتة ، لذلك سيكون القرار الرشيد للمنشأة التوقف عن الإنتاج

وتحمل خسائر، تعادل التكلفة الثابـتة . وذلك لأن استمرار المنشأة فى الإنتاج يعنى أن هذه المنشأة لن تتمكن من تغطية جميع التكاليف المتغيرة ، وكذلك التكاليف الثابتة.

شكل رقم (٥-١٣)

حالة توقف المنشأة عن الإنتاج فى الأجل القصير فى سوق الاحتكار الكامل



ويمكن توضيح وضع التـوازن للمنشأة فى هذه الحالـة من دراسة وتحليل الشكل رقم (٥-١٣) . ويتم تحـديد الوضـع التـوازنى للمنشـأة على أسـاس مـدخل الإيراد

المتوسط والتكلفة المتوسطة : كما يتضح من الجزء (أ) من الشكل (٥-١٣).وسيتحقق توازن المنشأة عندما أ ح = ت ح عند النقطة (ن) ، ولكن إذا اتخذت المنشأة قراراً بإنتاج الكمية (و كَ) ، ويمكنها بيع هذه الكمية بالسعر (و ث) ، ولكن هذا السعر سيكون أقل من (م ت غ) ، وهذا يعنى أن خسائر المنشأة تفوق التكاليف الثابتة ، لذلك سيكون القرار الرشيد التوقف عن الإنتاج والخروج من السوق. وهنا سيكون الخروج من السوق نهائياً وليس مؤقتاً.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة على أساس مدخل الإيراد الكلى والتكلفة الكلية : كما يتضح من الجزء (ب) من الشكل (٥-١٣) حيث يمثل المنحنى (أ ك) الإيراد الكلى عند جميع أحجام الإنتاج ، ويمثل المنحنى (ت ك) التكلفة الكلية عند جميع أحجام ، ويمثل المنحنى (ت ث) التكلفة الثابتة ، ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) على منحنى (ت ك) لأن هذه النقطة هى الوحيدة على منحنى (ت ك) التى يكون المماس لها موازى لمماس المنحنى (أ ك) وبالتالى سيكون ميل منحنى (أ ك) مساوياً لميل منحنى (ت ك) عند هذه النقطة ، أى أن (أ ح = ت ح) ، ولكن يلاحظ أنه عند الكمية (و ك) تحقق المنشأة خسائر تعادل المسافة (ن نَ) ، ومن ثم يكون القرار الرشيد للمنشأة هو الخروج من السوق.

ويمكن تحديد الوضع التوازنى للمنشأة باستخدام مدخل الربح الكلى : كما يتضح من الجزء (جـ) من الشكل (٥-١٣) حيث يمثل المنحنى (ر) منحنى الربح الكلى (أ ك - ت ك) وهو يمثل المسافة المحصورة بين منحنى الإيراد الكلى (أ ك) ومنحنى التكلفة الكلية (ت ك) فى الجزء (ب) من الشكل (٥-١٣)، وتتحقق أدنى خسارة ممكنة للمنشأة عند النقطة (ن) على المنحنى (ر)ولكن هذه الخسارة ستكون أكبر من التكلفة الثابتة ، ويكون القرار الرشيد للمنشأة هو الخروج من السوق .

قد يفكر البعض أن هذه الحالة لاتحدث فى سوق الاحتكار الكامل ، حيث تسيطر المنشأة المحتكرة على السوق سيطرة كاملة وتتبع جميع السياسات لإغلاق هذه

السوق أمام دخول منشأة جديدة ، ولكن هذا غير صحيح ، ففى بعض الحالات تدفع الأرباح المتحققة للمنشأة المحتكرة ببعض المنشآت الجديدة لإنتاج سلعة جديدة تكون بديلة لمُنتَّج المحتكر ولن تتمكن المنشأة المحتكرة من الاحتفاظ بالسوق باحتفاظها ببراءة الاختراع لمُنتَّجها ، مع ظهور هذه الأفكار والاختراعات الجديدة ، وبالتالى ظهور براءات اختراع جديدة لمنشآت جديدة .

وحتى تلك الحالة التى تسيطر فيها المنشأة المحتكرة على المادة الخام المستخدمة فى الصناعة وتمنع بذلك دخول منشآت جديدة ، فإن اكتشاف مواد خام بديلة لتلك المستخدمة فى إنتاج مُنتَّج المحتكر قد يحفز منشآت جديدة لدخول السوق وإنتاج منتجات بديلة للمُنتَّج الأصلى للمحتكر، وقد يترتب على ذلك خروج المنتج المحتكر من السوق.

٢ : توازن المنشأة فى الأجل الطويل :

لايختلف تحليل توازن المنشأة التى تعمل فى سوق الاحتكار الكامل فى الأجل الطويل عنه فى الأجل القصير، نظراً لانعدام حرية الدخول والخروج من الصناعة ، ولذلك ستتمكن المنشأة من تحقيق التوازن فى الأجل الطويل مع احتفاظها بالأرباح الاقتصادية (غير العادية) بعكس الحال للمنشأة التى تعمل سوق المنافسة الكاملة حيث تتلاشى أرباحها غير العادية فى الأجل الطويل وتحقق الأرباح العادية فقط.

وإذا كان دخول منشآت جديدة إلى الصناعة غير متاح فى سوق الاحتكار الكامل، فإن المنشأة المحتكرة تستطيع إحداث تعديلات فى مستوى الإنتاج فى الأجل الطويل عن طريق التعديلات لطاقات الإنتاج أو حجم المشروع لتصل إلى الحجم الذى يتلائم وظروف الطلب على المُنتَّج فى السوق، ومن ثم يمكن تحليل توازن المنشأة فى الأجل الطويل فى ضوء الاحتمالات التالية :

- توازن المنشأة فى الأجل الطويل عند حجم للمشروع أقل من الحجم الأمثل.
- توازن المنشأة فى الأجل الطويل عند الحجم الأمثل للمشروع.
- توازن المنشأة فى الأجل عند حجم للمشروع أقل من الحجم الأمثل للمشروع.

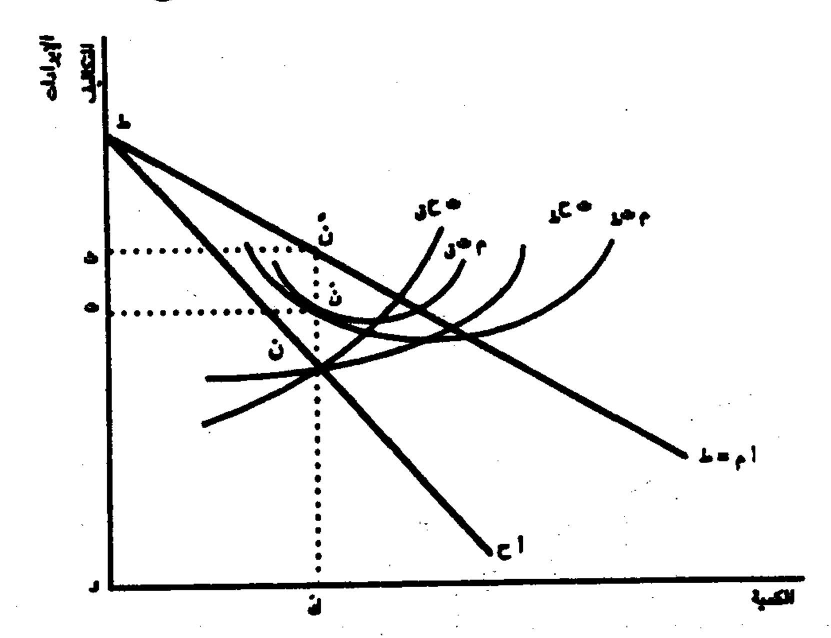
٢-١ : توازن المنشأة المحتكرة فى الأجل الطويل عند حجم للمشروع أقل من الحجم الأمثل.

من تحليل الشكل رقم (٦-١٣) يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب على منتج المنشأة وهو يمثل (أ م) فى نفس الوقت، ويمثل (أ ح) منحنى الإيراد الحدى للمنشأة، ويتحقق توازن المنشأة بإنتاج الكمية (و ك١)، حيث يتحقق شرط توازن المنشأة (أ ح = ت ح ق = ت ح ط) عند النقطة (ن)، وعند هذا الحجم يكون (م ت ق = م ت ط) حيث يتماس المنحنيان عند النقطة (نَ) وتكون التكلفة المتوسطة للوحدة أقل من السعر السائد فى السوق عند حجم الإنتاج التوازنى (و ك١).

شكل رقم (٦-١٣)

توازن المنشأة المحتكرة فى الأجل الطويل

عند حجم أقل من الحجم الأمثل للمشروع



ويلاحظ أن المنشأة تحقق التوازن فى هذه الحالة فى الأجل القصير (أ ح = ت ح ق) وكذلك تحقق التوازن فى الأجل الطويل (أ ح = ت ح ط) وبرغم ذلك تستمر فى تحقيق أرباح غير عادية تعادل مساحة المستطيل (ت نَ نً ث).

وفى هذه الحالة يلاحظ أن المنشأة المحتكرة أقامت طاقة إنتاجية أقل من الحجم الأمثل للمشروع، ولم تتمكن من تشغيل طاقاتها لتصل إلى الحجم الأمثل. وتتحقق

هذه الحالـة عندما تواجه المـنشأة المحتكرة بـضيق حجم السـوق بحيث لاتتـمكن من الاستفادة بجميع وفورات الحـجم ، ومن أمثلة ذلك شركات توليد الكهرباء فى المدن الصغـيرة والمتـوسطة ، حيث تضطر تلك الشـركات إلى بناء محطات تولـيد بأحكام أقل من الحجم الأمثل.

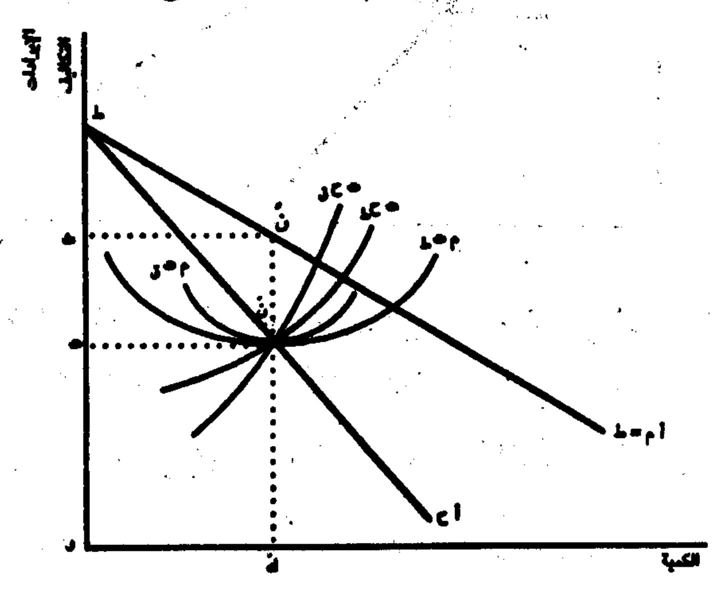
٢-٢ : توازن المنشأة المحتكرة فى الأجل الطويل عند الحجم الأمثل للمشروع:

من تحليل الشكـل رقـم (٧-١٣) يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الـطلب على مُنتَّج المنشأة وهو يمثل (أ م) فى نفس الوقت، ويمثل (أ ح) منحنـى الإيراد الحدى للمنشأة ، ويتحقق توازن المنشأة بإنتاج الكمية (وك$_1$) ، حيث يتحقق شرط توازن المنشأة (أ ح = ت ح ق = ت ح ط) عند النقطـة (نَ) ، وعند هذا الحـجم يكون (م ت ق = م ت ط) حيث يتمـاس المنحنيـان عند النقطة (نَ) وتكون التـكلفة المتـوسطة للوحـدة أقل من السعر الـسائد فى الـسوق عند حجم الإنتاج التوازنى (و ك$_1$) .

شكل رقم (٧-١٣)

توازن المنشأة المحتكرة فى الأجل الطويل

عند الحجم الأمثل للمشروع



ويلاحظ أن المنشأة تحقق التوازن فى هذه الحالة فى الأجل القصير (أ ح = ت ح ق) وكذلك تحقق التوازن فى الأجل الطويل (أ ح = ت ح ط) وبرغم ذلك تستمر فى تحقيق أرباح غير عادية تعادل مساحة المستطيل (ت نَ نً ث).

وفى هذه الحالة يلاحظ أن المنشأة المحتكرة أقامت الحجم الأمثل للمشروع، وتنتج عند الحجم الأمثل للإنتاج .

ويتضح هنا أن المنشأة المحتكرة عندما تنتج عند الحجم الأمثل للإنتاج والحجم الأمثل للمشروع قد حققت أرباحاً اقتصادية تعادل مساحة المستطيل (ت نَ نً ت) فى الشكل رقم (٧-١٣) وهذه الأرباح أكبر من تلك المستحقة عندما تنتج المنشأة عند حجم أقل من الحجم الأمثل للإنتاج والمشروع (ت نَ نً ث) فى الشكل رقم (٦-١٣).

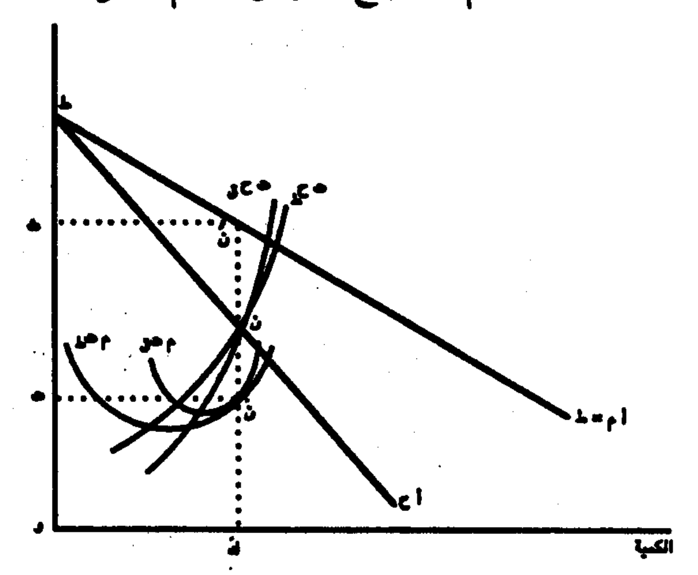
٢-٣ : توازن المنشأة المحتكرة فى الأجل الطويل عند حجم للمشروع أكبر من الحجم الأمثل:

من تحليل الشكل رقم (٨-١٣) يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب على منتَج المنشأة وهو يمثل (أ م) فى نفس الوقت، ويمثل (أ ح) منحنى الإيراد الحدى للمنشأة ، ويتحقق توازن المنشأة بإنتاج الكمية (و$ك_1$) ، حيث يتحقق شرط توازن المنشأة (أ ح = ت ح ق = ت ح ط) عند النقطة (ن) ، وعند هذا الحجم يكون (م ت ق = م ت ط) حيث يتماس المنحنيان عند النقطة (نَ) وتكون التكلفة المتوسطة للوحدة أقل من السعر السائد فى السوق عند حجم الإنتاج التوازنى (و $ك_1$) .

ويلاحظ أن المنشأة تحقق التوازن فى هذه الحالة فى الأجل القصير (أ ح = ت ح ق) وكذلك تحقق التوازن فى الأجل الطويل (أ ح = ت ح ط) وبرغم ذلك تستمر فى تحقيق أرباح غير عادية تعادل مساحة المستطيل (ت نَ نً ث).

وفى هذه الحالة يلاحظ أن المنشأة المحتكرة أقامت طاقة إنتاجية أكبر من الحجم الأمثل للمشروع ، وتتحقق هذه الحالة عندما يتسع نطاق السوق لدرجة تدفع المنتج المحتكر لبناء حجم أكبر للمشروع يزيد عن الحجم الأمثل.

شكل رقم (٨-١٣)
توازن المنشأة المحتكرة فى الأجل الطويل
عند حجم للمشروع أكبر من الحجم الأمثل



ويتضح هنا أن المنشأة المحتكرة عندما تنتج عند حجم أكبر من الحجم الأمثل للمشروع وأكبر من الحجم الأمثل للإنتاج قد حققت أرباحاً اقتصادية تعادل مساحة المستطيل (ت نَ نً ث) فى الشكل (٨-١٣) ، وهذه الأرباح أكبر من تلك المتحققة للمنشأة المحتكرة فى الحالتين السابقتين. ومن ثم يمكن الخروج بنتيجة إجمالية وهى : أن أرباح المنشأة المحتكرة فى الأجل الطويل تزداد مع زيادة حجم المشروع.

٣ : *سياسة التمييز السعرى*[١] :

فى بعض الأحيان تتاح للمحتكر ظروف تُمَكنة من فصل وتقسيم السوق إلى

---

(١) هناك نوع من التمييز السعرى يعتمد علي سياسة 'التسعير بالشريحة Block Pricing' ، وقد يكون التسعير تنازلي كأن يتم بيع المُنتَج بسعر منخفض لمشتري الكميات الكبيرة بينما يتم بيع نفس المُنتَج بسعر مرتفع لمشتري الكميات الصغيرة ، وهو ما يتبع في معظم الأحوال للتسعير بين تجارة الجملة والتجزئة. وقد يكون التسعير تصاعدي مثل سياسات التسعير التي تتبع في كثير من المرافق وبصفة خاصة في شركات توليد الكهرباء وشركات الإمداد بالغاز الطبيعي، حيث تباع الشريحة الأولي بسعر منخفض نسبياً للمستهلكين ذات الاستهلاك المنخفض ، وتباع الشرائح التالية للمستهلكين ذات الاستهلاك المرتفع بسعر مرتفع ، ويلاحظ أن هذا التمييز لم لايتبع بين الاستخدامات المختلفة للكهرباء ، مثل التمييز بين الاستخدام المنزلي والتجاري، ولكن التمييز في هذه الحالة بين مستهلكين الكهرباء لنفس الفرض مثل التمييز بين مستهلكي الكهرباء للأغراض المنزلية بحسب حجم الاستهلاك ، ومن ثم تقسيم الاستهلاك لنفس الفرض إلي شرائح، وتعد كل شريحة سوق مستقلة.

سوقين أو أكثر بهدف تعظيم أرباحه المحققة من الأسواق المختلفة ، ومن ثم تعظيم أرباحه الإجمالية ، حيث يقوم المحتكر ببيع مُنتَّجه بسعر مرتفع فى أحد الأسواق ويبيع نفس المُنتَّج بسعر منخفض فى سوق أخرى ... وهكذا، أى أن التمييز السعرى ينشأ عندما يتمكن المحتكر من فرض أسعار مختلفة على المشترين لمُنتَّجه ولاتستند هذه الاختلافات السعرية إلى الاختلافات فى التكاليف، وحتى يتمكن المُنتِج المحتكر تطبيق هذه السياسة لابد من توافر شرطين أساسين:

١- إمكانية الفصل التام بين الأسواق المختلفة بحيث تظل منفصلة عن بعضها، حتى لاتتاح لأى شخص فرصة شراء المُنتَّج من السوق ذات السعر المنخفض ليبيعه بسعر مرتفع فى السوق الأخرى، مما قد يؤدى إلى تقارب الأسعار فى السوقين ، وإذا حدث ذلك فلن يجنى المحتكر الأرباح التى كان يتوقعها بل تتسرب الأرباح لآخرين وتفشل سياسته.

وتمثل تكاليف النقل ما بين الأسواق المختلفة أحد العوامل التى تساعد على الفصل بين تلك الأسواق خاصة وإذا كانت متوسط نصيب الوحدة من المُنتَّج من تكاليف النقل تفوق الفرق بين أسعار بيع نفس المُنتَّج فى الأسواق المختلفة . كذلك فإن القيود الإدارية التى تضعها الإدارات المحلية للأقاليم المختلفة لمنع نقل سلع معينة من إقليم لآخر تمثل عامل إضافى للفصل بين الأسواق. كما تعد الرسوم الجمركية من أهم العوامل التى تساعد على الفصل بين الأسواق المختلفة ، وخاصة ما بين السوق المحلى والأسواق الخارجية.

٢- اختلاف مرونات الطلب عند كل مستوى من مستويات الأسعار المختلفة فى الأسواق المختلفة .

حتى يتمكن المُنتَّج المحتكر من رفع سعر البيع فى السوق التى تكون بها الطلب على المُنتَّج غير مرن (مر د < ١) ، ويحقق المحتكر زيادة إيراداته من رفع السعر برغم أن رفع السعر سيؤدى إلى نقص الكمية المباعة ، ولكن انخفاض الكمية المباعة

سيكون بنسبة أقل من نسبة ارتفاع السعر. ويقوم بخفض سعر البيع فى السوق التى يكون فيها الطلب على المُنتَّج مرن (مر ط > ١) ، ويحقق المحتكر زيادة فى إيراداته من هذا التخفيض فى السعر، لأن انخفاض السعر سيؤدى إلى زيادة الكمية المطلوبة بنسبة أكبر من نسبة انخفاض السعر.

وحتى يمكن توضيح سياسة التمييز السعرى التى تتبعها المنشأة المحتكرة نفترض أن المنشأة تبيع مُنتَّجها فى سوقين :

١- السوق الأولى يكون فيها الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة قليل المرونة (مر ط < ١) . ويمثله منحنى الطلب (ط١ ط١) فى الشكل (٩-١٣) .
٢- السوق الثانية يكون الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة كبير المرونة (مر ط > ١) ، ويمثله منحنى الطلب (ط٢ ط٢) فى الشكل رقم (٩-١٣).

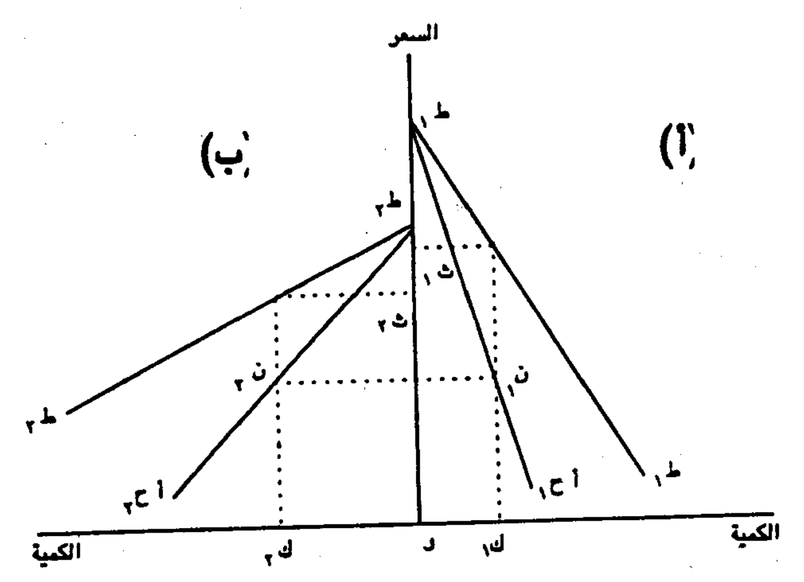
وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٩-١٣) ، حيث يمثل الجزء (أ) السوق الأولى ، وفى هذا الجزء تقاس الكميات من اليسار إلى اليمين على المحور الأفقى كالمعتاد، والأسعار على المحور الرأسى، بينما يمثل الجزء (ب) السوق الثانية ، وفى هذا الجزء تقاس الكميات من اليمين إلى اليسار (كميات موجبة) والأسعار على المحور الرأسى. ويمثل المنحنى (ط١ ط١) منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة فى السوق الأولى والمنحنى (أ ح١) يمثل منحنى الإيراد الحدى فى السوق الأولى، ويمثل المنحنى (ط٢ ط٢) منحنى الطلب على مُنتَّج المنشأة المحتكرة فى السوق الثانية ، والمنحنى (أ ح ٢) يمثل الإيراد الحدى فى السوق الثانية .

وحتى يحقق المنتج المحتكر أقصى أرباح ممكنة من السوقين يجب أن تكون الإضافة إلى الإيراد الكلى المترتبة على آخر وحدة مباعة فى السوق الأولى مساوية إلى الإضافة إلى الإيراد الكلى المترتبة عن آخر وحدة مباعة فى السوق الثانية ، أى تساوى الإيراد الحدى المتحقق فى السوقين (أح ١ = أح ٢) ، فإذا افترضنا أن الإيراد الحدى فى السوق الأولى عند النقطة (ن١) على منحنى الإيراد الحدى يتساوى مع

الإيراد الحدى فى السوق الثانية عند النقطة (ن٢) على منحنى الإيراد الحدى. فسيتمكن المنتج المحتكر من بيع الكمية (و ك١) فى السوق الأولى بالسعر (و ث١) (وهى كمية منخفضة ولكن بسعر مرتفع)، وسيتمكن من بيع الكمية (و ك٢) فى السوق الثانية بالسعر (و ث٢) (وهى كمية مرتفعة ولكن بسعر منخفض).

شكل رقم (٩-١٣)

التمييز السعرى وتوزيع المبيعات بين سوقين لمنشأة محتكرة



٣-١: تحقيق أقصى ربح ممكن من التمييز السعرى فى الأسواق المختلفة:

وحتى يمكن تحديد أهداف الربحية للمنشآت المحتكرة فى حالة توزيع المبيعات ما بين سوقين، نفترض أن منحنيات التكاليف المتوسطة الكلية والحدية للمنشأة كما هى موضحة بالجزء (جـ) من الشكل (١٠-١٣) وأن هذه التكاليف لاتتأثر باختلاف أسواق بيع المُنتَج .

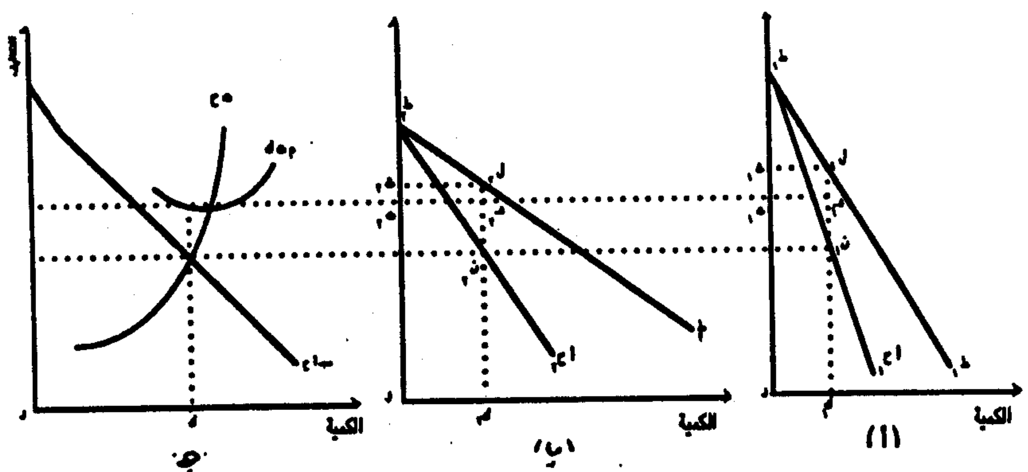
ويتم جمع الإيراد الحدى المحقق فى السوق الأولى بالإضافة إلى الإيراد الحدى المتحقق فى السوق الثانية عند جميع الأسعار المختلفة فى السوقين، لينتج المنحنى (مجـ أح) فى الجزء (جـ) من الشكل (١٠-١٣) ويتحقق توازن المنتج المحتكر عند (مجـ أح = ت ح) عند النقطة (ن) فى الجزء (جـ) من الشكل، وينتج المحتكر الكمية

(و كَ) ، وتكون تكلفة الوحدة المنتجة (م ت ك) عند حجم الإنتاج (و كَ) هى (و ت) وهى التى سيتم على أساسها حساب الربح المتحقق فى السوقين ، حيث لن تختلف تكلفة الوحدة المباعة فى السوق الأولى عن هذا المقدار (و $ت_1$ = و ت) ، وكذلك لن تختلف تكلفة الوحدة المباعة فى السوق الثانية عن هذا المقدار (و $ت_2$ = و ت) .

شكل رقم (١٠-١٣)

تحقيق أقصى ربح ممكن للمنشأة المحتكرة

من توزيع المبيعات ما بين سوقين منفصلين



ويقوم المنتج المحتكر بتوزيع إنتاجه بين السوقين عندما يتعادل الإيراد الحدى فى السوق مع الإيراد الحدى عند النقطة (ن) لتوازن المنشأة . وبالتالى يكون الإيراد الحدى فى السوق الأول عند النقطة ($ن_1$) متعادل مع الإيراد الحدى فى السوق الثانية عند النقطة ($ن_2$) . وجميع المحتكر الكمية (و $ك_1$) فى السوق الأول بالسعر (و $ث_1$) . ويحقق أرباحاً تعادل مسافة المستطيل ($هـ_1$ $ل_1$ $ث_1$ $ت_1$) من هذه السوق. ويبيع المحتكر الكمية (و $ك_2$) فى السوق الثانية بالسعر (و $ث_2$) ، ويتحقق أرباحاً تعادل مسافة المستطيل ($هـ_2$ $ل_2$ $ث_2$ $ت_2$) فى هذه السوق.

ويكون الربح الكلى المحقق للمنشأة المحتكر يعادل مجموع المستطيلين ($هـ_1$ $ل_1$ $ث_1$ $ت_1$ + $هـ_2$ $ل_2$ $ث_2$ $ت_2$) .

٣-٢ : مجالات التميز السعرى :

هناك مجالات عـديدة لاتباع سياسة التمـييز السعرى بالنسبـة للمنشأة المحتكرة سواء كـانت تلك السياسـة ستُتّبع للتمبيز السعـرى داخل السوق المحلى، أو للتمـيز السعـرى بين السوق المحلى والسـوق والخارجى. ولعل من أبرز المجـالات التى يمكن اتباع تلك السياسة فيها مايأتى :

١- سياسة الإغراق Dumping : وتتبع هذه السياسة للتمييز السعرى ما بين السوق المحلى والسوق الخارجى، حيث تباع السلعة فى السوق الخارجي بثمن أقل من ثمن بيعها فى السوق المحلى، وتكون مرونة الطلب فى السوق المحلى عادة أقل من مـرونة الطلب فى السـوق الخـارجى لأن المنشـأة المحتكرة تكـون الوحيـدة المنتـجة للسـلعة فى السـوق الداخلى، بينمـا تواجـه المنشأة المحـتكرة بمنافـسين عديدين فى السوق الخـارجى، وتظل السوقان منفصلتين بسـبب وجود تكاليف النقل والرسوم الجمركية.

٢- اتبـاع شركـات التليفـونات والاتصالات سيـاسـة للتمـييـز السعـرى لأسعـار المكالمات التليـفونية للمـسافات البـعيدة (الاتـصالات الدولية)مـا بين الأوقات المختلـفة من اليوم، حـيث يكون السعـر مرتفـعاً للمكالمات فى النهـار، وتكون الأسعار منخفضة للمكالمات بالليل .

٣- إتباع شركـات توليد وتوزيع الطاقة الكهربـائية سياسة للتـمييز السـعرى ما بين الاستخدام للأغراض التجارية والصناعـية وبين الاستخدام المنزلى، حيث يكون السعـر مرتفعـاً للاستخـدامات التجـارية والصناعية ، ويكون السـعر منخفـضاً للاستخدامات المنزلية .

٤- التمييـز السعرى فى أماكن المتـفرجين فى الملاعب المختلفة ، حـيث يكون سعر التذكرة مرتفعاً لمقاعد المقصورة ، بينمـا يكون السعر منخفضاً للمقاعد العادية . ويتم هذا النوع من التمييز فى مقاعد المتفرجين فى دور السينما والمسارح .

٥- التمييز فى أسعار نقل الركاب، سواء فى شركات النقل بالأتوبيس أو فى السكك الحديدية ، أو شركات الطيران، حيث تباع التذاكر بسعر مرتفع للدرجة الأولى ، وبسعر منخفض للمقاعد العادية فى الدرجات الأقل.

٦- التمييز في أسعار الخدمة والإقامة في المشتفيات، حيث تكون هناك أسعار مرتفعة في الدرجة الأولي، بينما تنخفض الأسعار في الدرجات الأقل.

٤ : تنظيم الاحتكار :

يقصد بتنظيم الاحتكار إتباع سياسات اقتصادية وإجراءات قانونية ، لمنع المنشأة المحتكرة من استغلال المستهلكين ، وخاصة للمنشآت المحتكرة التى تنتج خدمات المنافع العامة مثل شركات المياه والكهرباء والغاز والتليفون والسكك الحديدية ... وغيرها. ويتم تنظيم الاحتكار من خلال رقابة حكومية تسمح للمنشأة المحتكرة بتحقيق ربح معقول ، وإن كان هناك البعض يرى أن يكون "الهدف الرئيسى لتنظيم الاحتكار هو إرغام المنتج المحتكر على البيع بسعر يحقق له الأرباح العادية فقط"[1].

وهناك عدة سياسات يمكن إتباعها لتنظيم الاحتكار :

- تحديد الأسعار.
- فرض الضرائب.
- الإدارة العامة للاحتكارات.

٤-١ : التدخل الحكومى لتحديد الأسعار :

تتدخل الحكومة فى تحديد أسعار البيع لمنتجات المنافع العامة مثل الكهرباء والمياه...، وتمثل المشكلة الاقتصادية التى تواجه الحكومة لتطبيق هذه السياسة هو الموائمة ما بين تحديد السعر الملائم لظروف المستهلكين وما بين أن يكون هذا السعر مشجعاً للمنتج المحتكرعلى إنتاج أكبر كمية تشبع طلب المستهلكين مع تغطية تكاليفه. ويمكن توضيح تطبيق سياسة تحديد السعر لتنظيم نشاط المنتج المحتكر من دراسة وتحليل الشكل رقم (١١-١٣) .

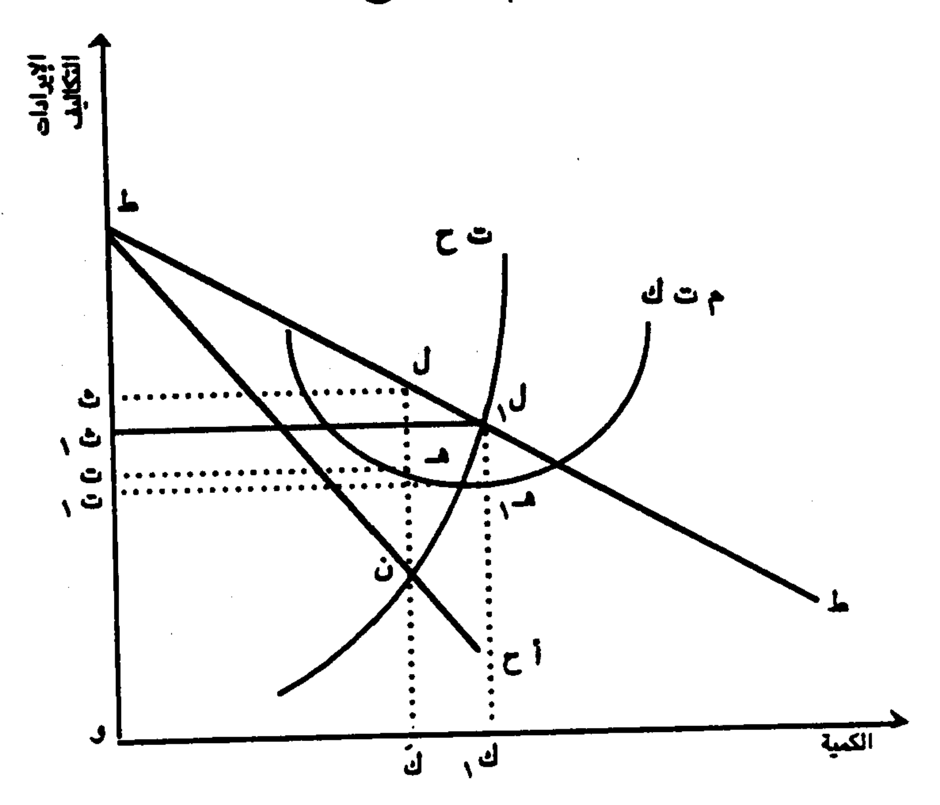
---

(١) ك . بولدنج ، ***التحليل الحدي: الجزء الثاني***، ترجمة صلاح الدين نامق، حسين عمر (القاهرة: الأنجلو المصرية ، الطبعة الأولي، ١٩٥٤) ص ١٩٦.

شكل رقم (١١-١٣)

سياسة التدخل الحكومى لتحديد السعر

لتنظيم نشاط المنتج المحتكر



ويتضح من الشكل (١١-١٣) أن توازن المنشأة المحتكرة يتحقق عند النقطة (ن) حيث (أ ح = ت ح) وتُنتج المنشأة الكمية (و كَ) وتحقق ربح يعادل المساحة (هـ ل ث ت) .

ونفرض أن الحكومة قامت بتحديد السعر عند سعر أقل من السعر (و ث)، وليكن عند السعر (و ث١) وعندئذ سيكون منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة المحتكرة لانهائى المرونة (ث١ ل) وهو يعادل الإيراد الحدى، أى أن توازن المنشأة فى الوضع الجديد يتحدد عند النقطة (ن١) حيث (أ ح = ت ح) حيث يتقاطع منحنى (ت ح) مع منحنى الإيراد الحدى (ث ١ ل) وتنتج المنشأة المحتكرة الكمية (و ك١) وهى أكبر من الكمية المنتجة قبل التدخل الحكومى لتحديد السعر (و كَ)، وتحقق المنشأة أرباح اقتصادية تعادل مساحة المستطيل (ت١ هـ١ ك١ ث١)

ويمكن تلخيص نتائج التدخل الحكومي بوضع حد أعلى للسعر الذى يمكن للمنتج المحتكر أن يبيع به فى الآتى :

١- تزيد الكمية التى ينتجها المنتج المحتكر من السلعة من (و كَ) إلى (و ك١) .

٢- يتم بيع السلعة بسعر أقل من السعر الاحتكارى (و ث١ < و ث).

٣- يستمر المنتج المحتكر فى الحصول على أرباح اقتصادية ولكنها تقل عن الأرباح المحققة قبل التدخل الحكومى (ت ١ هـ ل١ ث١) < (ت هـ ل ث).

٤-٢ : السياسات الضريبية وتنظيم الاحتكار :

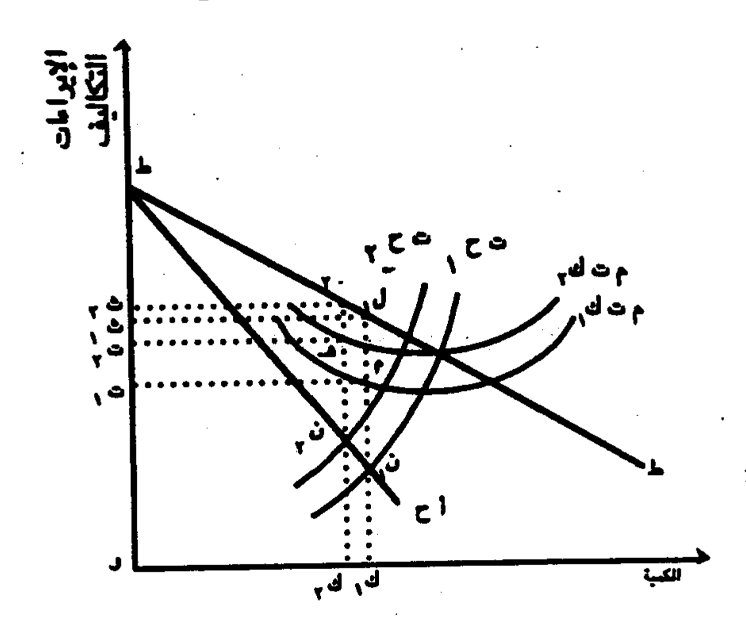
تلجأ الحكومة لسياسة الضرائب للحد من إستغلال المنتج المحتكر لمركزه الاحتكارى ، ويمكن هنا الإشارة إلى حالتين هما : حالة فرض ضريبة نوعية على المحتكر ، أى فرض مقدار ثابت على كل وحدة منتجة . وحالة تحصيل ضريبة إجمالية على المنتج بصرف النظر عن الكمية المنتجة.

٤-٢-١ : فرض الضرائب النوعية :

إذا افترضنا أن المنحنين (م ت ك١ ، ت ح ١) يمثلان التكلفة المتوسطة والتكلفة الحدية ، وأن سعر وكمية التوازن هنا (و ث١ ، و ك١) على التوالى، فإذا فرضت الحكومة ضريبة نوعية على المحتكر ، فيمكن اعتبارها بمثابة زيادة فى التكلفة المتوسطة تؤدى إلى انتقال منحنى التكلفة المتوسطة والحدية إلى أعلى بمقدار معدل الضريبة ليصبحا (م ت ك ٢ ، ت ح ٢) ، ويحقق المحتكر عندئذ أقصى ربح ممكن إذا خفض إنتاجه إلى (و ك٢) ورفع السعر إلى (و ث ٢) وذلك على النحو المبين فى الشكل رقم (١٢-١٣).

ويستطيع المنتج نقل جزء من عبء هذه الضريبة النوعية إلى المستهلكين عن طريق رفع السعر وتخفيض كمية الإنتاج ، ولكن تنخفض فى ذات الوقت أرباحه عما كانت عليها قبل فرض الضريبة (هـ ت ٢ ث ٢ ل ٢) < (م ت١ ث١ ل١) والسبب فى ذلك هو عدم تأثر الإيرادات الكلية للمحتكر عند المستويات المختلفة من الإنتاج فى حين تتزايد التكلفة الكلية بمقدار معدل الضريبة مضروباً فى عدد الوحدات

شكل رقم (١٢-١٣)
تدخل الحكومة لتنظيم الاحتكار
بفرض ضريبة نوعية على نشاط المنتج المحتكر



المتجة. وبالتـالى تنخفض الأرباح عند جميع مستـويات الإنتاج عن ذى قبل. ويجب ملاحظة أن الحكومـة تستطيع القضاء عـلى الأرباح الاستثنائية عن طريق رفع مـعدل الضـريبة عن المقـدار الممـثل فى الشكل. وهنا ينخـفض حجم الإنتـاج عن (و $ك_1$) ، ويرتفع السعر عن (و $ث_1$) .

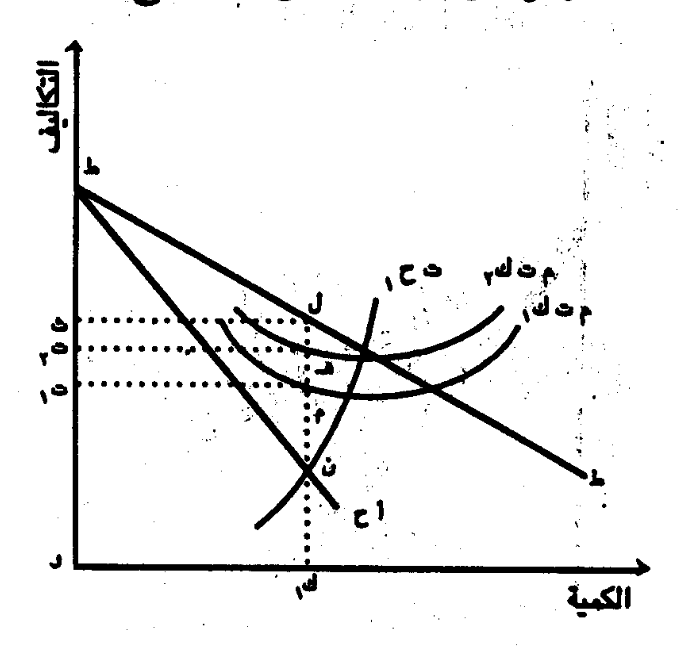
٤-٣-٢ : الضريبة الإجمالية :

ولنفرض أن الحكومة فـرضت ضريبة إجمالية على المحـتكر مثل رسم ترخيص لممارسـة نشاطه فـتكون هذه الضـريبة بمثـابة تكاليف ثابتة نظراً لعـدم تأثرها بمستوى الإنتاج . ولذا ينتقل منحنى التكلفة المتوسطة إلى أعلى لتصبح (م ت $ك_1$ بدلاً من (م ت ك) مع بقاء منحـنى التكلفة الحدية فى مـوضعه الأصلـى وفى هذه الحالة لايتغـير سـعـر التوازن ولا تـنخفض الكـميـة المنتـجـة . وبالتـالى تنقص الأرباح بمقـدار هذه الضريبة . وذلك على النحو المبين بالشكل رقم (١٣-١٣).

شكل رقم (١٣-١٣)

تدخل الحكومة لتنظيم الاحتكار

بفرض ضريبة إجمالية على نشاط المنتج المحتكر



ويلاحظ أن المحتكر وحده هو الذى يتحمل عبء الضريبة الإجمالية ، ولايستطيع نقل جزء منه إلى المستهلكين عن طريق رفع السعر أو خفض الكمية ، وأن أية محاولة للتخلص من هذا العبء تؤدى إلى خفض ربحه بدرجة أكبر مما لو امتنع عن هذه المحاولات. وتستطيع الحكومة عن طريق الضرائب الإجمالية امتصاص الأرباح الاحتكارية بالكامل بدون التأثير على الكمية المنتجة أو سعر بيعها.

وبصفة عامة يلاحظ أن فرض الضرائب لا يؤدى إلى زيادة الإنتاج ولا يؤدى إلى خفض الأسعار ، ولكن يؤدى إلى نقص أرباح المنتج المحتكر فقط.

٤-٣ : الإدارة العامة للاحتكارات:

يؤيد الكثير من الاقتصاديين قيام الدولة بتشغيل المرافق العامة التى تمثل احتكارات طبيعة ، مثل السكك الحديدية ، البريد، والمياه ، والكهرباء ، وخدمات النقل ، ... وغيرها، مبررين ذلك فإن بأن الدولة لهذه الاحتكارات قد يكون الحل الأمثل. أما لو كانت الإدارة الحكومية غير رشيدة فلن تضمن الإدارة العامة لهذه

الاحتكارات تحقيق أكبر قدر من الرفاهة الاجتماعية، أما إذا كانت الإدارة الحكومية رشيدة فإن ملكية الدولة للمرافق العامة ستنطوى على مبادئ تحقيق الربح . فعندما تقدر الإيرادات والنفقات تقديراً سليماً فإن المنشآت الحكومية لابد وأن تسعى إلى إنتاج أقصى ناتج يمكن أن يحقق لها أرباحاً عادية . ولو كانت الأرباح أقل من الأرباح العادية[1] فإن ذلك سيكون دليلاً على عدم الكفاءة الإنتاجية أو على سوء استخدام الموارد.

ولايجب أن يعزى سوء استخدام الموارد فى المنشآت العامة غير المربحة إلى الإدارة الحكومية غير الرشيدة فى جميع الأحوال، ولكن قد يُعزى ذلك ببساطة إلى أخطاء فى التنبؤ، فكل الاستثمارات تتم على أساس ما يمكن توقعه من عوائد فى المستقبل، وهذه التوقعات هى بطبيعتها عرضة للخطأ . لذا تجدر الإشارة إلى أن الملكية العامة تتضمن قبول الدولة لمخاطر الخسارة مثلما تتضمن فرص الربح ، فلو لم تحقق شركة من شركات السكك الحديدية أو منجماً للفحم يمتلكه بعض الأفراد أية أرباح فإن أصحاب الشركة أو المنجم سوف يتحملون كل الخسارة . أما لو لم تحقق السكك الحديدية أو إحدى مناجم الفحم التى تمتلكها الدولة أية أرباح فإن الخسارة سوف تتوزع على مجموع أفراد المجتمع بدرجة أو أخرى . ولهذا السبب فإن الملكية العامة ليست الحالة المثالية على إطلاقها كما قد يبدو لأول وهلة.

(١) عندما تصل الأرباح إلي مستوى أقل من الأرباح العادية فإن هذا يعني أن المشروع يحقق خسارة فعلية ، لأن الإيرادات تغطي التكاليف الصريحة وجزء من التكاليف الضمنية.

درجات التمييز السعرى في أسواق الاحتكار التام

ذكرنا سلفاً أن الاحتكار يعمل عند مستوى ناتج غير كفء ، لأنه يعتبر الناتج بنقطة يرغب عندها الناس فى دفع المزيد مقابل إنتاج إضافى، بالمقارنة بتكلفة هذا الإنتاج. والمحتكر لايريد إنتاج هذا الناتج "الإضافى" لأنه سينخفض السعر الذى سيحصل عليه "لكل" منتجه.

ولكن إذا استطاع المحتكر بيع وحدات مختلفة من الناتج بأسعار مختلفة، فإننا نكون بصدد "التميز السعرى". وعادة ما يتناول الاقتصاديون الأنواع الثلاثة التالية من التمييز السعرى .

ويمكن توضيح كيفية إتباع سياسات التمييز السعرى من خلال التحليل التالى :

١ : التمييز السعرى من الدرجة الأولى :

التمييز السعرى من الدرجة الأولى : ويعنى أن المحتكر يبيع وحدات مختانمة من الناتج بأسعار مختلفة ، وقد تختلف هذه الأسعاز من شخص لآخر. وأحياناً ما يسمى هذا بحالة "التمييز السعرى الكامل".

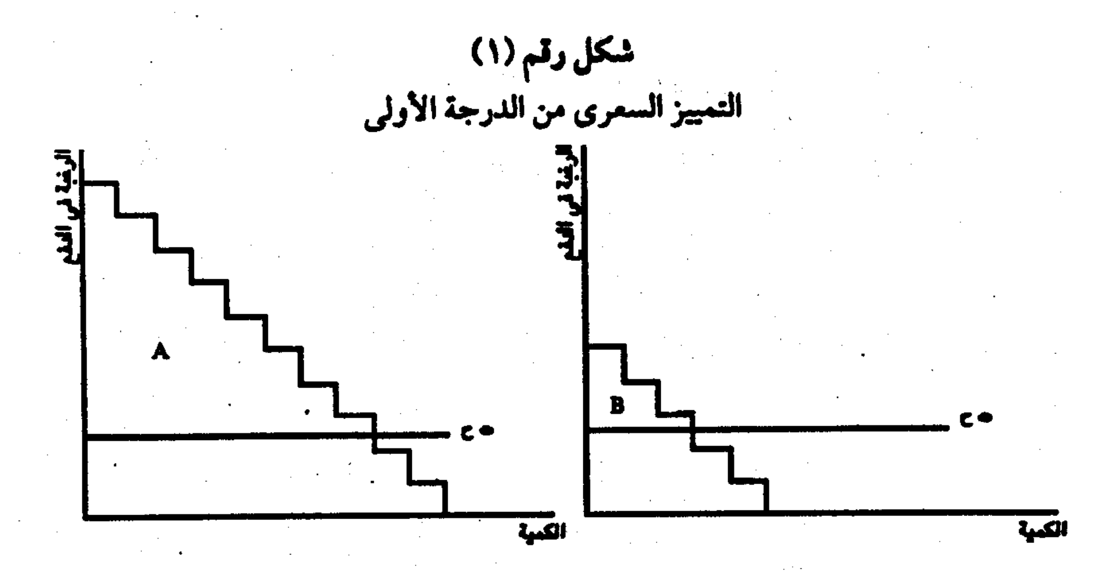
فى ظل هذا النوع من التمييز، أو التمييز السعرى الكامل، تباع كل وحدة من السلعة إلى الفرد الذى يقدرها كثيراً بأقصى سعر يرغب هذا الفرد فى دفعة مقابلها.

ولننظر إلى شكل رقم (١) الذى يوضح منحى طلب مستهلكين على سلعة ولنفكر فى نموذج سعر الحجز للطلب عندما يختار الأفراد مقادير صحيحة من السلع وتمثل كل خطوة فى منحنى الطلب تغيراً فى الرغبة فى الدفع مقابل الوحدات الإضافية من السلعة . وقد وضحنا أيضاً منحنيات التكلفة الحدية الثابتة للسلعة .

ويقوم المنتج الذى يستطيع تحقيق التمييز السعرى الكامل يبيع كل وحدة من السلعة بأقصى سعر ممكن، أى عند كل سعر حجز للمستهلك. ونظراً لأن كل وحدة تباع لكل مستهلك عند سعر حجزه لهذه الوحدة . لايتولد فائض مستهلك فى هذه

شكل رقم (١)

التميز السعرى من الدرجة الأولى



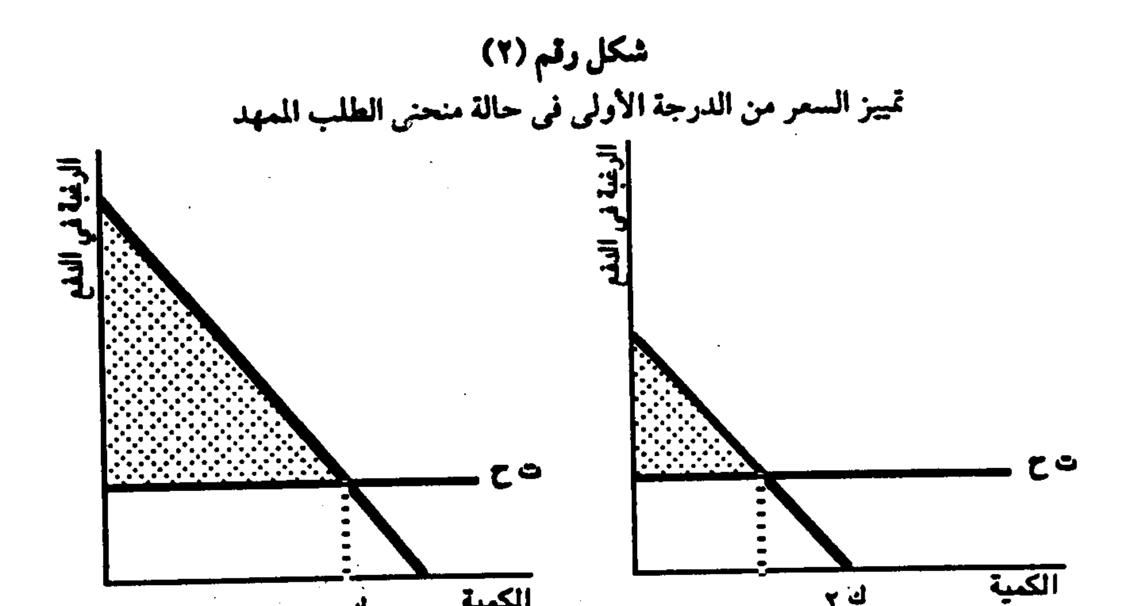
السوق، حيث يذهب كل الفائض إلى المنتج . وفى شكل (١) توضح المنطقة المظللة "فائض المنتج" الذى يحققه المحتكر. أما فى السوق التنافسية العادية فإن تحديد هذه المناطق يمثل "فائض المستهلك"، ولكن فى حالة التميز السعرى الكامل يستطيع المحتكر الحصول على هذا الفائض لنفسه.

ونظراً لأن المنتج يحصل على كل الفائض فى هذه السوق، يتطلب الأمر التأكد من أن الفائض أكبر ما يمكن ، وبعبارة أخرى، يتمثل هدف المنتج فى تعظيم أرباحه (فائض المنتج) بشرط رغبة المستهلكين فى شراء السلعة . وهذا يعنى أن النتيجة ستكون كفؤه حسب "باريتو"، لأنه لن توجد طريقة لتحسين وضع كل من المنتج والمستهلكين معاً : فلايمكن زيادة ربح المنتج ، لأنه يمثل أقصى ربح ممكن أساساً، ولايمكن زيادة فائض المستهلكين بدون تخفيض ربح المنتج .

فإذا انتقلنا إلى تقريب منحنى الطلب الممهد ، كما فى شكل (٢)، سنرى أن المحتكر الذى يمارس التميز السعرى الكامل يجب أن ينتج عند مستوى إنتاج يتساوى عنده السعر مع التكلفة الحدية : فإذا كان السعر أكبر من التكلفة الحدية ، فإن هذا يعنى أن هناك من يرغب فى دفع أكثر من التكلفة لإنتاج وحدة إضافية من الناتج. فلماذا لاتنتج هذه الوحدة الإضافية لتباع لذلك الشخص بسعر حجزه ، وهكذا تزيد الأرباح ؟

شكل رقم (٢)

تمييز السعر من الدرجة الأولى فى حالة منحنى الطلب الممهد



وكمـا هو الحال فـى السوق التنافـسيـة ، يحدث تعظيم لمجـموع فـوائض المنتج والمستهلكين. ومع ذلك ، نجد فى حالة التمـييز السعرى الكامل أن المنتج يحصل على كل الفائض المحقق فى السوق .

لقد فـسرنا التمـييز السعـرى من الدرجة الأولى على أنه بيع كل وحـدة بأقصى سعر ممكن. ولكـن يمكن أيضاً أن نفكر فى الأمر على أنه بيع مقـدار ثابت من السلعة بسعر محدد. ففى الحالة الموضحة فى شكل (٢) يعرض المحتكر بيع ك١ وحدات من السلعة إلى الشخص (I) بسعر يساوى المنطقة (B) ، وكما سبق، فإن كل شخص لن يحصل على أى فائض للمستهلك ، وسيذهب الفائض كله إلى المحتكر.

إن التمـييز السـعرى الكامل مفـهوم مثـالى - كما توضح كلمـة كامل - ولكنه مفـهوم طريف نظرياً، لأنه يعطينا مـثالاً لآلية لتـخصيص الموارد تختـلف عن السوق التنافسية التى تحقق كفاءة باريتو. وفى واقع الحياة العملية تعد الأمثلة على هذا التمييز السعرى الكامل قليلة جداً. ولكن أقرب مثال على ذلك وجود طبيب وحيد فى مدينة صغيرة يتقاضى أتعاباً مختلفة من مرضاه بناءً على قدرتهم على الدفع.

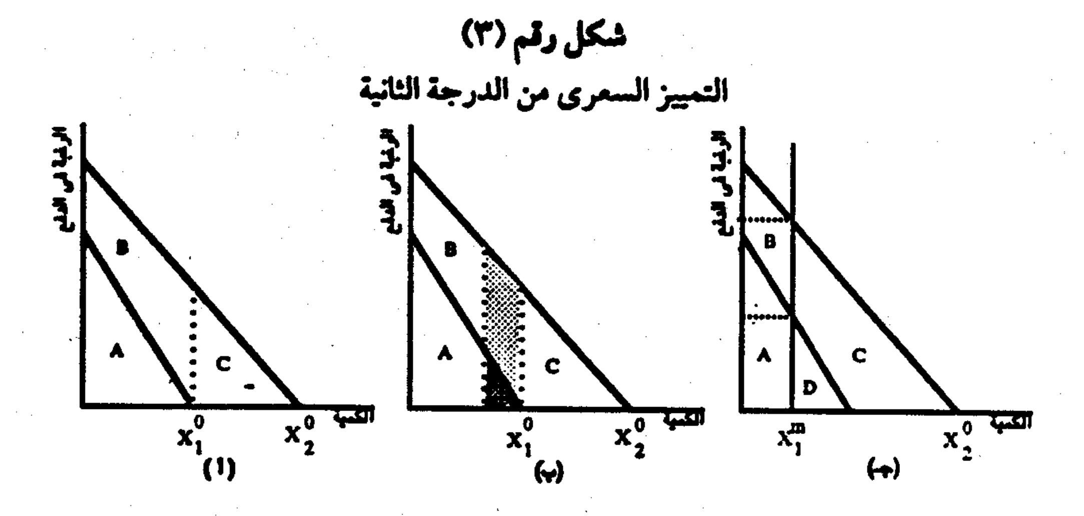
٢ : التمييز السعرى من الدرجة الثانية :

التمييز السعرى من الدرجة الثانية : ويعنى أن المحتكر يبيع وحدات مختلفة من الناتج بأسعار مختلفة ، ولكن كل فرد يشترى نفس الكمية من السلع يدفع نفس السعر. وهكذا تختلف الأسعار بين وحدات الناتج ، ولكن ليس بين الناس، وأشهر مثال على ذلك هو خصومات شراء الجملة .

يعرف هذا النوع بحالة التسعير غير الخطى، لأنه يعنى أن سعر وحدة الناتج غير ثابت، ولكنه يعتمد على مقدار ما تشتريه . وتستخدم هذه الصورة من التمييز السعرى فى المنافع العامة ، مثل سعر وحدة الكهرباء الذى يعتمد على مقدار ما اشتريته . وفى صناعات أخرى تتاح خصومات الجملة للمشتريات الكبيرة أحياناً.

شكل رقم (٣)

التمييز السعرى من الدرجة الثانية



ولننظر الآن إلى الحالة المصورة فى شكل (٣) ، فقد رأينا أن المحتكر يجب بيع الكمية X^o_1 إلى الشخص (I) بالسعر (A) والكمية X^o_2 إلى الشخص (c) بالسعر (B)، ولتحديد الأسعار السليمة يجب على المحتكر أن يعرف منحنيات طلب المستهلكين، أى يجب على المحتكر أن يعرف الرغبة الحقيقية فى الدفع لدى كل شخص.

وقد يعرف وكيل تذاكر الطائرات أن رجال الأعمال يرغبون فى دفع أعلى من السياح مقابل تذاكر الطائرات، ولكن قد تصعب معرفة ما إذا كان شخص ما رجل أعمال أو سائحاً.

وتتمـثل المشكلة المتعلقـة بمثال التـمييـز السعرى من الـدرجة الأولى والوارد فى شكل (٣) ، فى أن الشخص (I) الذى يتمـتع برغبة مرتفـعة فى الدفع يمكن أن يدعى أنه الشخص (C) صاحب الرغبة المنخفـضة فى الدفع. وقد لايكون لدى البائع وسيلة فعالة للتمييز بينهما.

وتتمثل إحدى طرق معالجة هذه المشكلة فى تقـديم توليفتين مختلفتين فى السعر والكمية فى السـوق، حـيث توجه إحـداهمـا إلى الشخص مـرتفع الطلـب، وتوجـه الأخـرى للشخص منخـفض الطلب. ويمكن أن يقـوم المحتكر بإعـداد توليفـات من الكميـات والأسعار تدفع المسـتهلكين إلى اختـيار التوليـفة المصممـة لهم، وبالتعبـير الاقتـصادى، يقدم المحـتكر توليفة (السـعر - الكميـة) التى تعطى المستهلكين حـافزاً للاختيار الذاتى.

وحـتى نرى كـيف يحـدث هذا، يوضح شكل (٣) نفس النوع مـن منحنيـات الطلب المستخدمة فى شكل (٢) ، ولكنها موضوعـة هنا فوق قمة بعضها. وقد جعلنا التكلفة الحدية مساوية للصفر هنا أيضاً لتبسيط التحليل.

وكما سبق، يفضل المحتكر عرض X^o_1 عند السعر (A) وعرض X^o_2 عند السعر (C + B + A) . وهذا يجمع كل الفائض للمـحتكر ويولد أقص يربح ممكن. ولسوء حظ المحتكـر، فإن هذه التوليـفات (السـعر - الكمـية) لاتتـفق مع الاختيـار الذاتى. فالمستهلك مرتفع الطلب سيجـد أنه من الأمثل اختيار الكمية (X_1) ودفع السعر (A) وهذا يحقق له فـائضاً يساوى المسـاحة (B) ، وهذا أفضل من عدم الـفائض فى حالة اختيار (X^o_2) .

وهناك شيء يمكن أن يفعله المحتكر وهو تقديم (X^o_2) بالسعر (A+) . وفى هذه الحالة ، يجـد المسهـتلك مرتفع الطلب أنه من الأمـثل اختـيار (X^o_2) والحصول على فائض إجمـالى قدره (A + B +)، حيث يدفع للمـحتكر (C+A)، مما يحقق فـائضاً .

صافياً قدره (B) للمستهلك (C) وهو ما سيحصل عليه تماماً لو اختار (X^o_1). وهذا يحقق أرباحاً أكثر للمحتكر، بالمقارنة بحالة تقديم توليفة واحدة فقط من السعر والكمية .

ولكن القصة لاتنتهى عند هذا الحد. فلايزال هناك شيء آخر يمكن أن يفعله المحتكر لزيادة الأرباح ، ولنفترض أنه بدلاً من عرض (X^o_1) عند السعر (A) للمستهلك منخفض الطلب ، يقوم المحتكر قدراً أقل من ذلك قليلاً بسعر أقل قليلاً من (A) ، وهذا يقلل أرباح المحتكر من الشخص بالمثلث الصغير الأسود فى شكل (٣) . ولكن لاحظ أنه نظراً لأن توليفة الشخص (I) أصبحت أقل جاذبية للشخص (C)، فإن المحتكر يستطيع الآن فرض المزيد. على الشخص (C) مقابل X^o_2، ويجعل المحتكر المساحة (A) أصغر قليلاً (بقيمة المثلث الأسود) ، ولكنه يجعل المنطقة (C) أكبر (بقيمة المثلث والمنطقة الرمادية) ، وتتمثل النتيجة النهائية فى زيادة أرباح المحتكر.

واستمراراً بهذه الطريقة ، سيحتاج المحتكر إلى تخفيض المقدار المقدم إلى الشخص (I) إلى النقطة التى تتساوى عندها الأرباح التى يخسرها الشخص (I) بسبب زيادة الانخفاض فى الناتج مع الأرباح التى يحققها الشخص (C) فعند هذه النقطة ، الموضحة فى شكل (٣) تتوازن العوائد والتكاليف الحدية لتخفيض الكمية ، ويختار الشخص (I) ، X^M_1 ويدفع (A)، ويختار الشخص (C) ؛ X^o_2 ويدفع C + B + A ، ولايحقق الشخص (I) أى فائض، ويحقق الشخص (C) فائضاً قدره (B) ، وهو ما كان سيحصل عليه إذا اختار استهلاك X^o .

ولايشجع المحتكر فى الواقع هذا الاختيار الذاتى بتعديل كمية السلعة ، كما فى هذا المثال، ولكنه يعدل نوعية السلعة . وتقوم الإشارة السابقة إلى تسعير الطيران مثالاً طريفاً. مفادة ما تقدم الشركات الأمريكية نوعين من تذاكر الطيران. أحدهما ليس عليه قيود: حيث يجد رجال الأعمال المسافرين هذه الأسعار غير المقيدة جذابة

لأن خطط سفرهم قد تتغير فجأة . ويتضمن النوع الآخر قيوداً عديدة : يجب على المسافر أن ينتظر ليلة السبت، ويجب أن يشترى التذكرة قبل الموعد بأسبوعين، ... إلخ . ويؤدى وجود هذه القيود إلى جعل التذكرة أقل جاذبية لرجال الأعمال، وهم أصحاب الرغبة المرتفعة فى الدفع ، ولكن هذه القيود لاتزال مقبولة لدى السائحين. وهكذا فإن كل نوع من المسافرين يختار النوع الموجه له ، وتحقق شركة الطيران أرباحاً أكثر بالمقارنة بحالة بيع كل تذكرة بسعر موحد.

التمييز السعرى فى أسعار السفر بالطائرات :

تعتبر صناعة الطيران ناجحة جداً فى التمييز السعرى (بالرغم من أن النموذج الموصوف سلفاً على المشكلة التى تواجهها شركات الطيران : فهناك نوعان أساسيان من المستهلكين هما رجال الأعمال والأفراد، حيث تختلف رغبة كل منهما فى الدفع. وبالرغم من وجود عدة شركات طيران متنافسة فى الولايات المتحدة ، فمن الشائع أن نرى شركة أو شركتين فقط تخدمان زوجين معينين من المدن. وهذا يعطى شركات الطيران حرية كبيرة فى تحديد الأسعار.

وقد رأينا أن سياسة التسعير المثلى للمحتكر الذى يتعامل مع مجموعتين من المستهلكين تتمثل فى البيع للسوق الذى يتمتع بارتفاع الرغبة فى الدفع بسعر أعلى، وتقديم منتج أقل جودة للسوق الذى يتصف بانخفاض الرغبة فى الدفع. وتهدف نقطة المنتج منخفض الجودة إلى أبعاد أصحاب الرغبة المرتفعة فى الدفع عن شراء السلعة الأقل سعراً.

وتتمثل الطريقة التى تطبق بها شركات الطيران هذا فى تقديم 'سعر غير مقيد' لسفر رجال الأعمال، و'سعر مقيد' لسفر غيرهم. وغالباً ما يتطلب السعر المقيد الشراء مسبقاً، أو الحجز على قائمة وانتظار، أو غير ذلك من القيود. ولاشك أن جوهر هذه القيود يتمثل فى القدرة على التمييز بين رجال الأعمال ذوى الطلب المرتفع والمسافرين العاديين الأكثر حساسية للأسعار. إذ إن تقديم منتج 'أقل جودة' -

الأسعار المقيدة - يمكن شركة الطيران من الحصول من العملاء الذين يحتاجون إلى ترتيبات سفر مرنة على أسعار أعلى مقابل تذاكرهم.

ويمكن أن تكون هذه الترتيبات مفيدة اجتماعياً ، فبدون القدرة على التمييز السعرى، قد يقرر المشروع أنه من الأمثل البيع للأسواق مرتفعة الطلب 'فقط'.

وهناك طريقة أخرى تستخدمها شركات الطيران فى التمييز السعرى وهى السفر بالدرجة الأولى والسفر بالدرجة العادية ، حيث يدفع ركاب الدرجة الأولى مبالغ أكبر مقابل تذاكرهم، ولكنهم يحصلون على مستوى أفضل من الخدمة ، ومساحة أكبر، وطعام أفضل، وعناية أكثر. ومن ناحية أخرى، يتلقى المسافرون بالدرجة العادية مستوى أقل من الخدمة من كل الجوانب السابقة . وظل هذا النوع من التمييز النوعى أحد ملامح خدمات النقل لمئات السنين[1].

٣ : التمييز السعرى من الدرجة الثالثة :

التمييز السعرى من الدرجة الثالثة : ويحدث عندما يبيع المحتكر الناتج لأشخاص مختلفين بأسعار مختلفة ، ولكن كل وحدة من الناتج تباع لشخص معين تباع بنفس السعر. وهذه هى أشهر صور التمييز السعرى، وتشمل أمثلة ذلك خصومات المسنين، خصومات الطلبة ، ... إلخ .

تذكر أن هذا يعنى أن المحتكر يبيع لأشخاص مختلفين بأسعار مختلفة، ولكن

---

(١) وانظر على سبيل المثال هذا التعليق على أسعار السكك الحديدية والذى كتبه الاقتصادى الفرنسى Emile Dupuit فى القرن الثامن عشر.
إن الأمر لايتمثل فى مجرد آلاف قليلة من الفرنكات التى كان يمكن إنفاقها على وضع سقف للسفر بالدرجة الثالثة ، ولاتنجيد مقاعد الدرجة الثالثة ، مما جعل بعض الشركات تترك الدرجة الثالثة مفتوحة بمقاعد خشبية. ولكن الشركة تحاول منع الركاب النين يستطيعون دفع تكاليف الدرجة الثانية من السفر بالدرجة الثالثة ، فهى تضايق الفقراء، ليس لأنها تريد أن تضرهم، ولكنها تريد تخويف الأغنياء ... ولنفس السبب كانت الشركات سخية مع عملاء الدرجة الأولى، بالرغم من أنها كانت قاسية مع ركاب الدرجة الثالثة ، ومعتدلة مع ركاب الدرجة الثانية . أى أن هذه الشركات رفضت أن تقدم الضروريات للفقراء، وقدمت الكماليات للأغنياء.

كل وحدة من السلعة تباع إلى مجموعة معينة تباع بنفس السعر. وهذا النوع من التمييز هو الأكثر انتشاراً. وتشمل أمثلة ذلك تخفيضات الطلاب فى السينما، وتخفيضات المسنين فى المتاجر. ولكن كيف يحدد المحتكر الأسعار المثلى التى يفرضها فى كل سوق ؟

لنفترض أن المحتكر قادر على تحديد مجموعتين من الناس، ويستطيع بيع سلعة لكل مجموعة بسعر مختلف. ونفترض أن المستهلكين فى كل سوق غير قادرين على بيع هذه السلع. ولنستخدم P2 (Y2), P1 (Y1) لنشير إلى منحنيات الطلب العكسية للمجموعتين ١ و ٢ على التوالى، ولنفترض أن (Y1+Y2) تمثل تكلفة إنتاج المنتج . وهكذا تصبح مسألة تعظيم الربح التى تواجه المحتكر كما يلى :

$$\underset{y1,\ y2}{\text{Max}}\ P1\ (y1)\ y1 = P2\ (y2)\ y2 - c\ (y1 + y2)$$

ويجب أن يشمل الحل الأمثل أن :

$$MR_1\ (y1) = Mc\ (y1 + y2)$$

وكذلك

$$Mr2\ (Y2) = Mc\ (y1 + y2)$$

أى أن التكلفة الحدية لإنتاج وحدة إضافية من الناتج يجب أن تساوى العائد الحدى فى كل سوق . فإذا كان العائد الحدى فى السوق (١) يزيد عن التكلفة الحدية، يفضل توسيع الناتج فى السوق (١) ، وكذلك الأمرب النسبة للسوق (٢) . ونظراً لأن التكلفة الحدية واحدة فى كل سوق ، فإن هذا يعنى أن العائد الحدى فى كل سوق يجب أن يكون واحداً أيضاً. وهكذا فإن السلعة يجب أن تحقق نفس الزيادة فى العائد، سواءً تم بيعها فى السوق (١) أو فى السوق (٢).

ويمكن استخدام معادلة المرونة المعيارية للعائد الحدى وكتابة شروط تعظيم الربح كما يلى :

$$\text{ث}_{١}\left(١ - \frac{١}{\text{مر}_{١}}\right) = \text{ت ح}$$

$$\text{ش}_{٢}\left(١ - \frac{١}{\text{مر}_{٢}}\right) = \text{ت ح}$$

حيث تمثل (مر$_{١}$) و (مر$_{٢}$) مرونات الطلب فى السوقين ، مقومة باختيارات الناتج المنظمة للربح.

ونلاحظ الآن ما يلى ، إذا كانت (ث$_{١}$ > ث$_{٢}$) ، يجب أن يصبح لدينا :

$$١ - \frac{١}{\text{مر}_{١}} < ١ - \frac{١}{\text{مر}_{٢}}$$

وهذا بدوره يتضمن أن $\frac{١}{\text{مر}_{١}} > \frac{١}{\text{مر}_{٢}}$

وهكذا فإن السوق ذا السعر الأعلى يجب أن يختص بمرونة الطلب الأقل. وهذا أمر معقول. فالطلب المرن هو الطلب الحساس للسعر. ولذلك فإن المشروع الذى يمارس التمييز السعرى سوف يحدد سعراً أقل للمجموعة الحساسة للسعر وسعراً أعلى للمجموعة الغير حساسة للسعر نسبياً. وبهذه الطريقة يعظم المشروع أرباحه الكلية .

وقد ذكرنا أن تخفيضات المسنين والطلاب كانت أمثلة جيدة على التمييز السعرى من الدرجة الثالثة . والآن نستطيع أن نرى لماذا يحصل هؤلاء على التخفيضات. فربما يكون المسنون والطلاب أكثر حساسية للسعر من المستهلك العادى، وبالتالى يكون طلبهم أكثر مرونة بالنسبة لمجموعة الأسعار المعروضة . ولذلك فإن المشروع الذى يحاول تعظيم ربحه يجب أن يمارس التمييز السعرى لصالحهم.

الفصل الرابع عشر
أهداف الربحية للمنشأة
فى سوق منافسة القلة

تتضمن الصناعات التى تعمل فى إطار سوق منافسة (احتكار) القلة[١] مواقف وحالات متعددة يتصف كلٍ منها بخصائص معينة تختلف فيها عن الأخرى ، ومن ثم يتعذر وضع نظرية عامة تصلح لتفسير جميع الحالات فى أسواق منافسة القلة ، وبالتالى لن يكون هناك نموذج عام يمكن الاعتماد عليه لتحليل قرارات التسعير والإنتاج لجميع المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة . وهذا يجعل تحليل نماذج أسواق منافسة (احتكار) القلة تفتقر إلى الدقة والوضوح التى يتصف بهما تحليل أسواق المنافسة الكاملة والاحتكار الكامل.

فبينما رأينا فى الفصلين الثانى والثالث أن المنشآت التى تعمل فى سوق المنافسة الكاملة تعتبر منشآت متلقية للسعر Price Taker حيث يتحدد السعر فى السوق بقوى العرض والطلب، بينما تكون المنشآت التى تعمل فى سوق احتكار كامل مقررة للسعر Price Setter ، أما فى أسواق منافسة (احتكار) القلة فمن المألوف أن يوجد كلا النمطين من المنشآت ، حيث تكون بعض المنشآت مقررة للسعر ومن ثم يمكن تطبيق نموذج المنشأة المحتكرة عليها، بينما تكون باقى المنشآت أخذة للسعر ، ومن ثم يمكننا أن نطبق عليها نموذج المنشأة التى تعمل فى سوق منافسة كاملة . لذلك نجد أن إطار التحليل فى النموذجين السابقين - (المنافسة الكاملة - الاحتكار الكامل) - يمكن تطبيقه على المنشآت العاملة فى أسواق منافسة القلة .

---

(١) يطلق بعض الاقتصاديون علي تلك الأسواق "أسواق منافسة القلة" Competition Among The Few ، أو "أسواق احتكار القلة" أو "أسواق الاحتكار المتعدد" ، ولكنها جميعاً تعبر عن المصطلح Oligopoly .

١ : التكتل الاحتكارى فى أسواق منافسة القلة :

كثيراً ما تلجأ المنشآت العاملة فى أسواق احتكار القلة إلى التكتل[1] من خلال تكوين تنظيمات احتكارية والانضمام إليها، بقصد تحقيق أهداف ثلاثة هى:

١) التقليل من حدة التنافس بين المنشآت لخلق موقف احتكارى فى السوق لتحقيق زيادة فى الأرباح المحققة لجميع المنشآت.

٢) تقليل درجة عدم التأكد التى تواجه المنشآت فى السوق، وخاصة عندما يصعب توقع رد فعل المنشآت الأخرى، إذ أن التكتل سيؤدى إلى إقلال احتمال اتخاذ إحدى المنشآت قرارات تضر بالمنشآت الأخرى.

٣) إمكان إغلاق الباب أمام دخول مشروعات جديدة فى مجال الإنتاج فى الصناعة ، إذ أن تكتل المنشآت العاملة فى الصناعة سيمكنها من وضع العراقيل والحواجز أمام المنشآت الجديدة التى تحاول دخول الصناعة .

يمكن تقسيم حالات أسواق احتكار القلة وفقاً لدرجة التكتل بين المنشآت العاملة في السوق إلى ثلاثة حالات رئيسية هى :

- التكتل الكامل (الكارتل) .
- التكتل غير الكامل (القيادة السعرية).
- السلوك المستقل.

١-١ : التكتل الكامل (الكارتل Cartel) :

الكارتل عبارة عن تنظيم اقتصادى ينضم إليه جميع المنشآت العاملة فى الصناعة، وينشأ الكارتل عن اتفاق صريح بين المنتجين العاملين فى الصناعة . وفى معظم الدول المتقدمة لايسمح القانون بقيام هذه التنظيمات الاحتكارية ، بينما توجد صورها المختلفة فى دول أخرى.

---

(١) يجب التفرقة هنا بين "التكتل" و"الإندماج" حيث أن الاندماج يعني انتهاء الشخصية المعنوية والمادية لمجموعة منشآت لتكوين منشأة جديدة ذات حجم أكبر لها شخصية معنوية جديدة ، بعكس "التكتل" حيث تظل الشخصية المعنوية والمادية المنشآت قائمة ومستقلة، بينما تنشأ هيئة لها شخصية معنوية مستقلة تنسق سلوك المنشآت.

وفى مثل هذه الاتفاقيات الاحتكارية يتم الإتفاق على نقل بعض القرارات الإدارية ووظائف المنشآت الفردية إلى 'هيئة مركزية' تمثل الشخصية المعنوية للكارتل، بهدف زيادة الأرباح للمنشآت الأعضاء فى الكارتل ، وتختلف الوظائف والسلطات التى توافق المنشآت على نقلها إلى الهيئة المركزية للكارتل حسب طبيعة الكارتل ونوعه . ويمكن التمييز بين نموذجين للكارتل.

١-١-١ : الكارتل المركزى Centerlized Cartel :

وفيه تقوم 'الهيئة المركزية' للكارتل باتخاذ جميع القرارات المتعلقة بتحديد الإنتاج والأسعار وتوزيع الأرباح ، ويكون للهيئة المركزية الرقابة الكاملة على المنشآت الأعضاء. ويكون للهيئة المركزية الوظائف التالية :

١) تحديد حصص الإنتاج للمنشآت الأعضاء فى الكارتل.

٢) تحديد أسعار البيع فى السوق.

٣) تتولى الهيئة المركزية للكارتل تسويق السلعة نيابة عن المنشآت الأعضاء.

٤) تتولى الهيئة المركزية للكارتل توزيع الأرباح على المنشآت الأعضاء.

ويتم صياغة السياسات التى ينتهجها الكارتل من خلال تبادل الآراء والمفاوضات بين المندوبين الممثلين للمنشآت الأعضاء فى الكارتل، ولايشترط أن يكون تأثير المنشآت على سياسة الكارتل متناسب مع تمثيلها فى الهيئة المركزية، إذ أن الحجم الاقتصادى للمنشأة فى الصناعة ونفوذها هو وحده الذى يؤثر فى سياسات كارتل. وقد لايتحقق هذا النموذج المثالى فى الواقع العملى، إلا أن هناك بعض الصناعات التى تعمل فى ظروف قريبة أو مماثلة لذلك .

١-١-٢ : كارتل إقتسام السوق Market - Sharing Cartel:

ويكون تنظيم هذا النوع من الكارتل أضعف وأقل تماسكاً من الكارتل المركزى. وفى كارتل إقتسام السوق يقوم المنتجون بالإتفاق على تحديد نصيب كل منهم فى السوق، وقد تكون الأنصبة السوقية موزعة علي أساس كمي، أو علي أساس

جغـرافي. وفي الحالة الأولي يتم تقـدير الطلب الكلي في المُنتَّج علي مسـتوي الدولة ككل، ويتم تحـديد نصيب كل منشـأة من هذا الطلب، ومن التقـيد بتقـسيم جغرافي متفق عليه . وفي الحـالة الثانية يتم تقسيم السـوق الكلي للدولة إلي مناطق جـغرافية ، وتخصص لكل منشأة منطقة جـغرافية معينة تلتزم بالبيع فـيها فقط، وهذا لايكون من الضروري تحديد كـمي لحصص الإنتاج لكل منشأة. ويمكن أن يشـمل الاتفاق كذلك التفاهم على الأسعـار التى تبيع بها المنشآت الأعضاء، وفى حـالات عديدة لايشتمل الاتفـاق بالضرورة التـفاهم على الأسـعار التى تبيع بهـا المنشآت الأعـضاء، وتقـوم المنشآت الأعضاء بتسويق منتجاتها بنفسها مع مراعاة الاتفاقات المعقودة بينها.

١-٢ : التكتل غير الكامل (القيادة السعرية Price Leadership):

تنشأ حالات التكتل غير الكامل عن ترتيبات غيـر رسمية أو اتفاقيات ضمنية أو اتفـاقيات عـرفيـة ، فيـما يتـعلق بالأسعـار والإنتاج ونصـيب المنشأة فى السـوق بين المنشآت العـاملة فى سوق احتكار القلة ، وقـد تلجأ المنشآت إلى هـذه الترتيبات غـير الرسمـية للتهـرب من تطبيق القوانين التى تحـرم الاتفاقيـات الاحتكارية الرسمـية[١]، وهناك ثلاثة نماذج من الترتيبات غير الرسمية للقيادة السعرية ، هى :

١ - القيادة السعرية لمنشأة معيارية Barometric -Firm :

فى هذه الحـالة تصبح منشـأة واحدة مـحددة للسـعر Price-Setter لأنها بمرور الزمن تنجح فى سيـاساتها السـعرية ، وتكون المنشآت الأخـرى على استعـداد لاتباع السياسات السـعرية لتلك المنشأة بدلاً من أن تقوم بتحديد الأسعـار بنفسها، لأن ذلك يوفر لتلك المنشآت الوقت والتكاليف بالإضافـة إلى تقليل المخاطرة وعدم التأكد التى تواجهها تـلك المنشآت فى السوق. ومن غير الضرورى أن تكون المنشـأة المعيارية هى منشأة كـبرى فى السـوق أو المنـشأة الأقل تكلفة فى الصناعـة . ولكن يجب أن يكون

(١) حيث أن قوانين منع الاحتكار تمنع وتجرم مثل هذه الاتفاقيات.

لدى المنشأة المعيارية سجل كامل بالعمليات الناجحة التى تقوم بها حتى تتمكن من الاستمرار فى القيادة السعرية للسوق.

٢- القيادة السعرية للمنشأة الأقل تكلفة فى الصناعة Low-Cost Firm:

يتحقق ذلك النموذج عندما تتمتع منشأة واحدة فى الصناعة بمزايا نسبية من حيث التكاليف، بحيث تكون تكاليف هذه المنشأة هى الأقل بالنسبة لجميع المنشآت العاملة فى الصناعة ، ومن ثم فإن السعر الذى يعظم أرباح تلك المنشأة سيكون أقل من السعر الذى يعظم أرباح المنشآت الأخرى.

٣- القيادة السعرية للمنشأة المسيطرة Dominant Firm :

المنشأة المسيطرة هى عادة منشأة كبرى تسيطر على الصناعة ، وتحدد هذه المنشأة الكبرى السعر الذى يسود الصناعة وتسمح للمنشآت الصغرى الأخرى ببيع ما تريده عند هذا السعر كما لو كانت تعمل فى ظل المنافسة الكاملة .

٣-١ : السلوك المستقل للمنشات العاملة فى سوق منافسة القلة:

عندما لاتتمكن المنشآت العاملة فى الصناعة التى تسودها ظروف احتكار القلة من الاتفاق على أى شكل من أشكال التكتل والتضامن، فإن كل منشأة ستحدد سياستها بالنسبة للأسعار والإنتاج بصورة مستقلة عن المنشآت الأخرى.

وقد يؤدى هذا السلوك إلى نشوب حرب الأسعار بين المنشآت عندما تتخذ ردود أفعال المنافسين توجهات إنتقامية . حيث ستقابل أى محاولة من أى منشأة لتخفيض السعر (فى محاولة لزيادة حصتها فى السوق) بإجراء مماثل من المتجين الأخرى ... ما قد يؤدى فى النهاية إلى إنهيار الصناعة .

وقد تكتسب المنشآت بمرور الزمن الخبرة والدراية التى تمكنها من التنبؤ بردود أفعال المنشآت المنافسة لها تجاه ما تتخذه من قرارات. وبالتالى تتفادى القيام بأى نشاط يمكن أن يؤدى إلى نشوب حرب أسعار فى الصناعة . وقد تقنع إدارة كل منشأة

بمستويات الأسعار للإنتاج الحالية . وما تحققه من أرباح ، وبالتالى تفضل الإبقاء على الأوضاع الحالية ، وتتجنب القيام بأى نشاط يمكن أن يؤدى إلى نشوب حرب أسعار فى الصناعة ، ويطلق على هذه الحالة "جمود الأسعار".

٢ : توازن المنشأة فى الأجل القصير :

سيتم تحليل أهداف الربحية للمنشأة العاملة فى سوق احتكار القلة فى ضوء افتراض أساسى ، وهو افتراض وجود نموذج "احتكار القلة البحت" لتبسيط التحليل، ومن ثم فإن التحليل سيتم فى ضوء :

- افتراض أن المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة تنتج سلعة متجانسة .
- افتراض أن السلعة التى تنتجها المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة تباع فى السوق بسعر واحد.

٢-١ : التوازن فى نموذج الكارتل :

سيتم تحليل التوازن للمنشأة والصناعة في نموذج الكارتل المركزي، وكذلك في نموذج كارتل اقتسام السوق علي النحو التالي:

٢-١-١ : التوازن فى نموذج الكارتل المركزى :

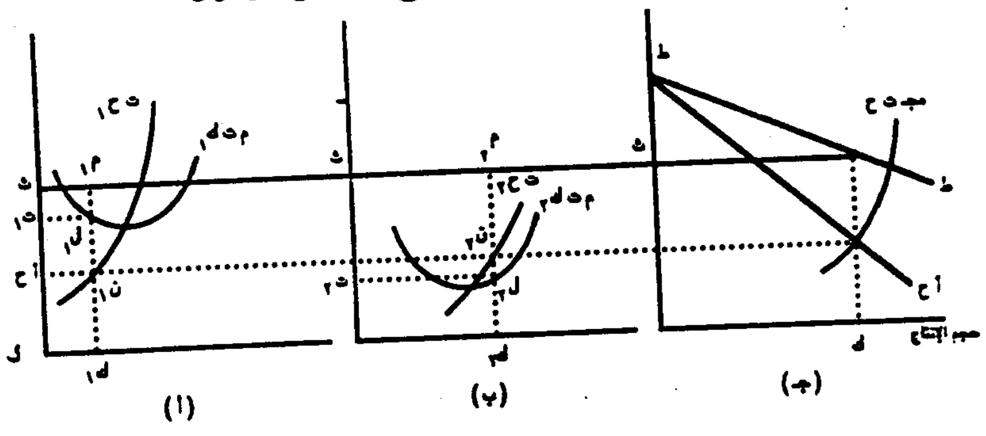
لتحليل توازن المنشأة فى نموذج الكارتل المركزى نفترض أن المنشآت الفردية قد خولت سلطات اتخاذ قرار السعر والإنتاج إلى هيئة مركزية. وتقوم الهيئة المركزية بتعظيم أرباح الصناعة . وهنا يتحدد التوازن كما فى نموذج المنتج المحتكر، وذلك لأن الهيئة المركزية تتخذ جميع القرارات الخاصة بالصناعة ككل. ويتحدد أقصى ربح للصناعة عندما يتعادل الإيراد الحدى مع التكلفة الحدية (أ ح = ت ح) ، وعند هذه النقطة يتحدد حجم الإنتاج للصناعة ويتحدد كذلك سعر البيع، ويتم توزيع حصص الإنتاج على المنشآت الأعضاء فى الكارتل بحيث تتساوى التكلفة الحدية لجميع المنشآت عند إنتاج حصتها من السلعة ، ولايترتب على أى توزيع آخر إقلال تكلفة الصناعة إلى أدنى حد ممكن.

ويواجه الهيئة المركزية منحنى طلب الصناعة على السلعة (ط ط) ويمكن اشتقاق منحنى الإيراد الحدى كما فى حالة المنتج المحتكر (أ ح) . وهو ينصف المسافة المحصورة أسفل منحنى الطلب (ط ط) ويتم اشتقاق منحنى التكلفة الحدية (مجـ ت ح) للصناعة عن طريق الجمع الأفقى لمنحنيات التكلفة الحدية للمنشآت الأعضاء فى الكارتل المركزى. كما يتضح من الشكل (١-١٤/ جـ) .

وفى الشكل (١-١٤) افترضنا أن الكارتل المركزى يتكون من منشأتين فقط (أ ، ب) وأن تكاليف الإنتاج فى المنشأتين مختلفة حيث تكون تكاليف الإنتاج فى المنشأة (أ) مرتفعة عن تكاليف الإنتاج فى المنشأة (ب) . وقد تم اشتقاق منحنى التكلفة الحدية للصناعة (مجـ ت ح) بجمع منحنيات التكاليف الحدية للمنشأتين (أ ، ب) أى أن (مجـ ت ح = ت ح ١ + ت ح ٢) . ويحقق الكارتل أقصى ربح ممكن عندما يتقاطع منحنى (مجـ ت ح) مع منحنى (أ ح) عند النقطة (ن) فى الجزء (جـ) من الشكل (١-١٤) ، وذلك عند الكمية (و ك) والسعر (و ث) .

شكل (١-١٤)

توازن المنشأة والصناعة فى نموذج الكارتل المركزى



وحتى يمكن تحديد حصص الإنتاج للمنشأتين (أ ، ب) الأعضاء فى الكارتل، فسيتم تحديد حصة الإنتاج للمنشأة عند ذلك الحجم من الإنتاج الذى تتعادل عنده (ت ح) للمنشأة مع الإيراد الحدى للصناعة (أ ح) .

وبالنسبة للمنشأة (أ) يتعادل (أ ح) للصناعة مع التكلفة الحدية للمنشأة (ت ح$_1$) عند النقطة (ن$_1$) وتكون الكمية المنتجة هى (و ك$_1$) . وتكون الأرباح المتحققة للمنشأة (أ) الفرق بين السعر (ث) والتكلفة المتوسطة (ت$_1$) ، ويمثل متوسط ربح الوحدة المنتجة المستطيل (ت$_1$ ل$_1$ م$_1$ ث) ، ويعادل إجمالى ربح المنشأة (أ) الكمية المنتجة مضروبة فى متوسط ربح الوحدة (و ك$_1$ × ت$_1$ ل$_1$ م$_1$ ث) . وبالنسبة للمنشأة (ب) يتعادل (أ ح) للصناعة مع التكلفة الحدية للمنشأة (ت ح$_2$) عند النقطة (ن$_2$) وتكون الكمية المنتجة هى (و ك$_2$) وتكون الأرباح المتحققة للمنشأة (ب) الفرق بين السعر (ث) . التكلفة المتوسطة (ت$_2$) ، ويمثل متوسط ربح الوحدة المنتجة المستطيل (ت$_2$ ل$_2$ م$_2$ ث) . ويعادل إجمالى ربح المنشأة (أ) الكمية المنتجة مضروبة فى متوسط ربح الوحدة . ويلاحظ أن مجموع الكميات المنتجة فى المنشأتين (أ ، ب) هى الكمية المنتجة فى الكارتل (و ك = و ك$_1$ + و ك$_2$) ، ويكون إجمالى ربح الصناعة أو الكارتل المركزى هو مجموع ربح المنشآتين الأعضاء [(و ك$_1$ × ت$_1$ ل$_1$ م$_1$ ث) + (و ك$_2$ × ت$_2$ ل$_2$ م$_2$ ث)] .

٢-١-٢ : *التوازن فى نموذج كارتل اقتسام السوق* :

لتبسيط تحليل توازن المنشأة فى كارتل اقتسام السوق سنفترض أن الصناعة مكونة من منشآتين فقط، وأن تكاليف الإنتاج فى المنشآتين متساوية، وتم الإتفاق على اقتسام السوق مناصفة بين المنشآتين.

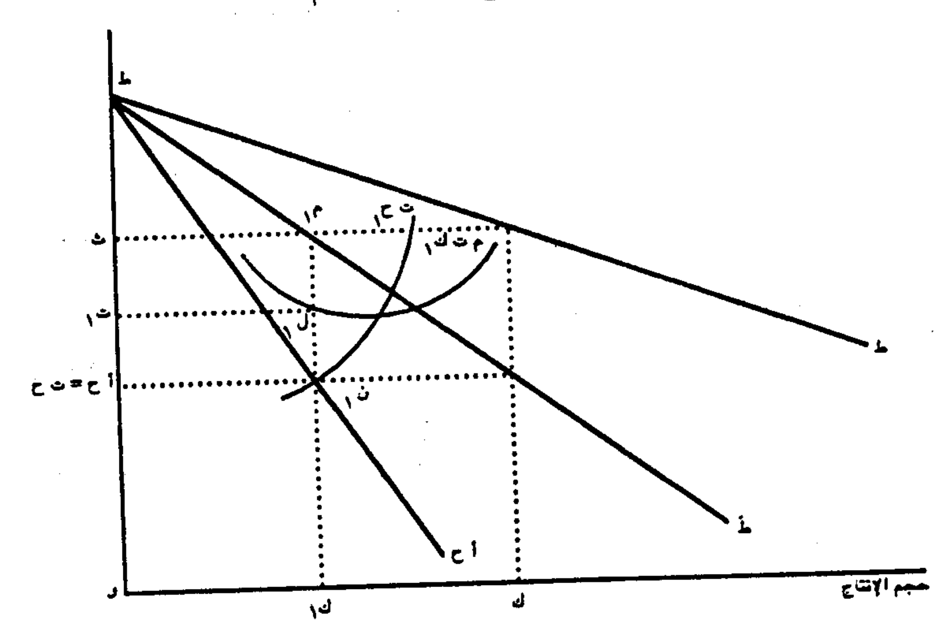
ويوضح الشكل (٢-١٤) توازن المنشأة ، حيث يكون منحنى الطلب الذى يواجه الصناعة هو (ط ط) ويترتب على اقتسام السوق مناصفة أن يكون منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة نصف المسافة المحصورة أسفل منحنى (ط ط) ويكون منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة هو (طَ ط) ، ويتم اشتقاق منحنى الإيراد الحدى للمنشأة بنفس الطريقة للمنتج المحتكر ليكون (أ ح) وهو نصف المسافة أسفل منحنى طلب المنشأة (طَ ط).

ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن ١) حيث يتعادل (أح) مع (ت ح١) . وتكون الكمية المنتجة لهذه المنشأة هى (و ك١) ويكون سعر البيع فى السوق (و ث) . ويكون متوسط ربح الوحدة المنتجة الفرق بين السعر (ث) والتكلفة المتوسطة (ت١) ويمثله المستطيل (ت١ ل١ م١ ث) ، ويعادل إجمالى الربح المتحقق للمنشأة الكمية المنتجة مضروبة فى متوسط ربح الوحدة (و ك١ × ت١ ك١ م١ ث) .

شكل رقم (٢-١٤)

توازن المنشأة والصناعة

فى نموذج كارتل اقتسام السوق



وتكون الكمية المنتجة بالكامل فى الصناعة عند السعر (و ث) هى الكمية المقابلة لهذا السعر على منحنى الطلب الكلى للصناعة (ط ط) وهى الكمية (و ك) وهى ضعف الكمية المنتجة فى المنشأة (و ك١) .

ويلاحظ أنه وفقاً للافتراضات السابقة تم تحديد السعر وحجم الإنتاج ومستوى أرباح المنشأة بنفس الأسلوب الذى يتبعه المنتج المحتكر. ولكن هناك عوامل عديدة تحول دون إنتاج الصناعة التى تعمل تحت ظروف كارتل اقتسام السوق للكمية التى ينتجها المحتكر الفردى، ومن هذه العوامل:

١) اختلاف تكاليف الإنتاج من منشأة لأخرى لأنه نادراً ما تكون تكاليف منشأة متساوية مع تكاليف منشأة أخرى.

٢) اختلاف وتعارض المصالح بين المنشآت الأعضاء فى كارتل اقتسام السوق ، قد يؤدى إلى تعدى بعض المنشآت على نصيب منشآت أخرى أعضاء بزيادة الكميات التى تنتجها عند الأسعار المحددة .

٣) دائماً تكون هناك دوافع قوية تدفع بعض المنشآت إلى الانسحاب من الكارتل والعمل مستقلة للتخلص من القيود المفروضة عليها وزيادة أرباحها.

٤) ليس من الضرورى أن يتم اقتسام السوق على أسس متساوية بين المنشآت الأعضاء فى الكارتل (كما تم اقتسام السوق مناصفة بين المنشأتين الأعضاء فى الكارتل فى الحالة موضع التحليل) .
فقد تحصل المنشآت الكبيرة على نصيب من السوق يفوق بكثير نصيب المنشآت الأقل حجماً. وقد يتم اقتسام السوق على أساس إقليمى، حيث تخصص منطقة جغرافية معينة لكل منشأة .

وفى هذه الحالات تظهر صعوبات ومشاكل عديدة تواجه المنشآت نتيجة:

- اختلاف مرونات الطلب عند مستويات الأسعار الممكنة .
- اختلاف تكاليف الإنتاج الخاصة بالمنشآت.
- اختلاف مستوى الدخل بين المناطق المختلفة .
- التداخل بين المناطق الجغرافية وبعضها، مما قد يؤدى إلى قيام المنافسين بالبيع فى المناطق المخصصة للمنتجين الأخرى.

ويترتب على جميع هذه العوامل أن تكون عملية تحديد السعر والإنتاج ومستوى الأرباح للمنشأة أقل وضوحاً وأقل تحديداً عما هو عليه فى النموذج السابق، بل وقد تصبح هذه العملية أكثر تعقيداً.

٢-٢ : التوازن فى نموذج التكتل غير الكامل (القيادة السعرية) :

سيتم تحليل توازن المنشأة في نموذج القيادة السعرية للمنشأة الأقل تكلفة في الصناعة ، وفي نموذج القيادة السعرية للمنشأة المسيطرة.

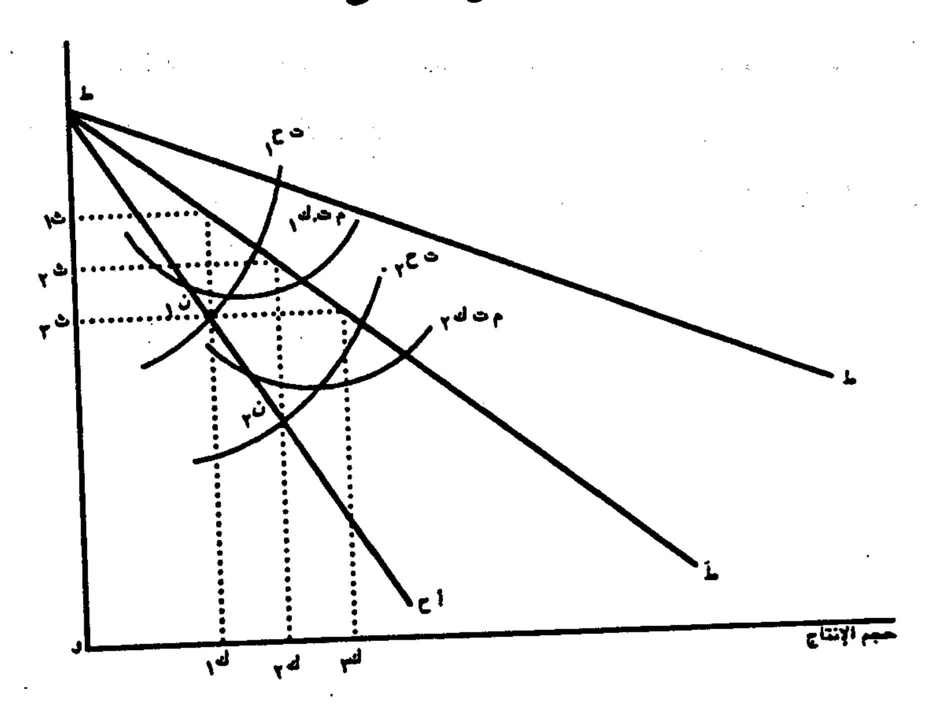
٢-٢-١ : توازن المنشأة فى نموذج القيادة السعرية لأقل المنشآت تكلفة فى الصناعة :

لتوضيح حالة القيادة السعرية للمنشأة ذات التكلفة الأقل فى الصناعة ، نفترض أن الصناعة مكونة من منشأتين ، يقوم بينهما اتفاق غير رسمى على اقتسام السوق مناصفة ، وأن تكاليف إحداهما أقل من تكاليف المنشأة الأخرى.

شكل (٣-١٤)

توازن المنشأة فى نموذج القيادة السعرية

للمنشأة الأقل تكلفة فى الصناعة



ويمكن تحليل توازن المنشأة من خلال الشكل (٣-١٤) ، حيث يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب السوقى على منتجات الصناعة ، ويتم تقسيمه مناصفة لنحصل على منحنى الطلب على منتجات المنشأة (طَ طَ) والذى ينصف المسافة أسفل المنحنى ط ط ، ويمكن اشتقاق منحنى الإيراد الحدى (أح) للمنشأة والذى ينصف المسافة

أسفل منحنى طلب المنشأة . ويمثل المنحنى (م ت ك ١ ، ت ح ١) منحنيات التكلفة المتوسطة والحدية على التوالى للمنشأة ذات التكاليف المرتفعة ، ويمثل المنحنى (م ت ك ٢ ، ت ح ٢) منحنيات التكلفة المتوسطة والحدية على التوالى للمنشأة ذات التكاليف المنخفضة .

ويؤدى اختلاف التكاليف فى المنشأتين إلى تضارب المصالح بينهما، حيث يتحقق توازن المنشأة الأولى ذات التكاليف المرتفعة عند النقطة (ن ١) (حيث أ ح = ت ح ١) عند حجم الإنتاج (و ك ١) والسعر (و ث ١) . بينما يتحقق توازن المنشأة الثانية ذات التكاليف المنخفضة عند النقطة (ن ٢) (حيث أ ح = ت ح ٢) عند حجم الإنتاج (و ك ٢) والسعر (و ث ٢).

ونظراً لأن المنشأة ذات التكاليف المنخفضة تستطيع أن تبيع سعر (و ث ٢) أقل من السعر الذى تود المنشأة ذات التكاليف المرتفعة أن تبيع به (و ث ١)، فستضطر الأخيرة للبيع بالسعر المنخفض (و ث ٢) وبذلك تصبح المنشأة الثانية قائدة للسعر Price Leader ، بينما المنشأة الثانية متلقية للسعر Price Taker . ومن ثم ستضطر المنشأة الأولى ذات التكاليف المرتفعة لإنتاج الكمية (و ك ٢) ، وهى كمية مساوية للكمية التى تنتجها المنشأة الثانية. ومن ثم تكون السوق قد قسمت بيهما مناصفة حسب الاتفاق غير الرسمى.

ولكن هل يمكن للمنشأة ذات التكاليف الأقل أن تزيح المنشأة ذات التكاليف المرتفعة وتخرجها من السوق، يمكن تحقيق ذلك إذا قررت المنشأة ذات التكاليف المنخفضة تحديد سعر البيع بسعر أقل من التكلفة المتوسطة للمنشأة ذات التكاليف المرتفعة ، بحيث يترتب على هذا السعر تحقيق خسائر للمنشأة ذات التكاليف المرتفعة. ولنفترض أن هذا السعر هو (و ث ٣) ويلاحظ أن هذا السعر أقل التكاليف المتوسطة للمنشأة ذات التكاليف المرتفعة (فتتحقق الخسائر لهذه المنشأة) ، بينما يظل السعر (و ث ٣) أعلى من التكاليف المتوسطة للمنشأة ذات التكاليف المنخفضة

(فتستمر المنشأة فى تحقيق أرباح) وتنتج عندئذ الكمية (و ك ٣) وهى الكمية المقابلة للسعر (و ث ٣) على منحنى طلب المنشأة (طَ طَ) . إلا أن المنشآت ذات التكاليف المنخفضة تمتنع عن هذا الإجراء حتى تتعرض لعقوبات قوانين منع الاحتكار Anti-Trust Prosecation.

٢-٢-٢ : توازن المنشأة فى نموذج القيادة السعرية للمنشأة المسيطرة:

حتى يمكن توضيح توازن المنشأة فى نموذج القيادة السعرية للمنشأة المسيطرة ، نفترض للتبسيط وجود منشأة كبرى مسيطرة على الصناعة ويوجد إلى جانب هذه المنشأة العديد من المنشآت الصغرى، وتحدد المنشأة الكبرى المسيطرة سعر البيع فى السوق وتسمح للمنشآت الصغرى ببيع كل ما ترغب فى بيعه عند ذلك السعر. وتقوم المنشأة الكبرى بعد ذلك بإشباع باقى طلب السوق من السلعة .

وفى ظل هذه الظروف تعمل المنشآت الصغرى كما لو كانت فى سوق المنافسة الكاملة ، لأنها تتعامل بسعر وحيد هو السعر الذى تحدده المنشأة المسيطرة . وبالتالى يكون منحنى الطلب على منتجات المنشأة الصغيرة منحنى طلب تام (لا نهائى) المرونة ، وينطبق منحنى الطلب على منحنى الإيراد الحدى ويعادل السعر ، ولتعظيم أرباح المنشأة الصغيرة تنتج حجم الإنتاج الذى يتعادل عنده السعر الذى تحدده المنشأة المسيطرة (ث = أ ح) مع التكلفة الحدية للمنشأة الصغيرة .

وفى هذه النموذج يتم اشتقاق منحنى العرض للمنشآت الصغرى فى مجموعه عن طريق الجمع الأفقى لمنحنيات التكلفة الحدية للمنشآت الصغرى العاملة فى تلك الصناعة (مجـ ت ح) ، ويوضح هذا المنحنى مختلف الكميات التى ترغب المنشآت الصغيرة فى إنتاجها (فى مجموعها) عند مختلف الأسعار التى تحددها المنشأة الكبرى.

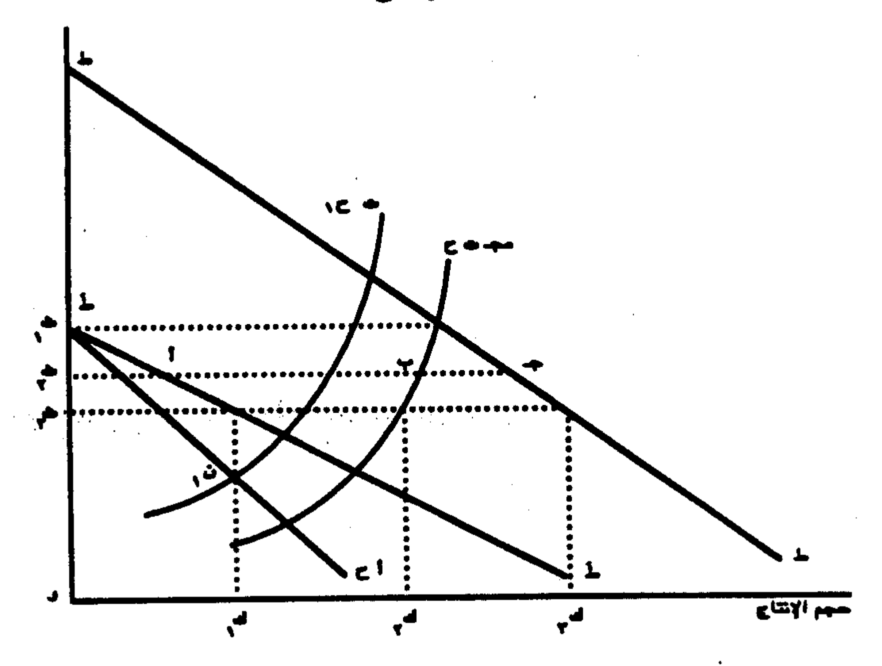
ويتم اشتقاق منحنى الطلب على منتجات المنشأة المسيطرة عن طريق الطرح الأفقى لمنحنى عرض المنشأة الصغرى (مجـ ت ح) من منحنى الطلب على منتجات

الصناعة ككل (ط ط)، ويمثل منحنى طلب الصناعة مختلف الكميات التي يشتريها المستهلكون على جميع الأسعار الممكنة .

ففى الشكل (٤-١٤) يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب السوقى على منتجات الصناعة ككل. ويمثل المنحنى (مجـ ت ح) منحنى عرض المنشآت صغيرة الحجم ، ويتم اشتقاق منحنى الطلب على منتجات المنشأة الكبرى المسيطرة عن طريق الطرح الأفقى لمنحنى عرض المنشأة الصغرى (مجـ ت ح) من منحنى الطلب على منتجات الصناعة ككل (ط ط) ، لتمثل الفروق الأفقية بين المنحنيين (ط ط - مجـ ت ح) الكميات التى تبيعها المنشأة المسيطرة عند مختلف الأسعار الممكنة . فمثلاً إذا افترضنا أن المنشأة المسيطرة حددت

شكل رقم (٤-١٤)

توازن المنشأة فى نموذج القيادة السعرية للمنشأة المسيطرة فى الصناعة



السعر (ث ١) نلاحظ أنه عند هذا السعر تستطيع المنشأة الصغرى إشباع طلب السوق ككل (حيث يتقاطع منحنى عرض المنشآت الصغرى مجـ ت ح مع منحنى طلب

السوق ط ط) ، وبالتالى فلن تنتج المنشآت الكبرى أى كمية عند هذا السعر، وسيكون ذلك بداية منحنى الطلب على منتجات المنشأة المسيطرة ، ولكن إذا خفضت المنشأة الكبرى السعر ليصل إلى السعر (ث ٢) ، فإن المنشآت الصغرى ستعرض عند هذا السعر الكمية (ث ٢ ب) وبطرح هذه الكمية من إجمالى الكمية المطلوبة فى السوق (ث ٢ جـ) سيكون الفرق (ب جـ) هو الطلب على منتجات المنشأة المسيطرة وهو يعادل المسافة (ث ٢أ) ، وبتكرار هذه العملية عند مختلف الأسعار وتوصيل النقاط المناظرة للنقطة (أ) نحصل على منحنى طلب المنشأة المسيطرة وهو (طَ ط). ومنه يمكن اشتقاق منحنى الإيراد الحدى للمنشأة المسيطرة (أ ح) ، وهو ينصف المسافة أسفل المنحنى (طَ طَ) .

وإذا علمنا أن منحنى التكلفة الحدية للمنشأة المسيطرة هو (ت ح ١) ، فإن توازن هذه المنشأة يتحدد عند النقطة (ن ١) حيث (أ ح = ت ح ١) ويكون حجم الإنتاج الذى يحقق لهذه المنشأة أقصى ربح ممكن هو (و ك ١) والسعر الذى تحدده المنشأة المسيطرة للبيع فى السوق هو السعر (و ث ٣) . وعند هذا السعر ستعرض المنشآت الصغرى الكمية (و ك ٢) ، وهى الكمية المقابلة للسعر (ث ٣) على منحنى العرض للمنشآت الصغرى (مجـ ت ح) . وعند هذه السعر (ث ٣) ستكون الكمية المطلوبة فى السوق ككل (و ك ٣) ويطرح الكمية (و ك ٢) مَن الكمية (و ك ٣) (و ك ٣ - و ك٢) نحصل على الكمية التى تنتجها المنشأة الكبرى وهى الكمية (و ك ١ = ك ٢ ك ٣) .

وبعبارة أخرى يكون إجمالى إنتاج الصناعة عند السعر (ث ٣) وهو الكمية (و ك ٣) معادلاً إنتاج المنشآت الصغرى (و ك ٢) مضافاً إليه إنتاج المنشأة الكبرى (و ك ١).

ويلاحظ أنه كلما خفضت المنشأة الكبرى سعر البيع فى السوق ستحصل على نصيب أكبر من السوق، وذلك لأنه كلما انخفض السعر ستخرج بعض المنشآت الصغرى من السوق، إلى أن يصل السعر إلى مستوى أقل من متوسط التكلفة المتغيرة الخاص بالمنشآت الصغرى، فستخرج هذه المنشآت جميعاً من السوق ، وتستحوذ المنشأة المسيطرة على السوق بأكمله ليتحول السوق إلى نموذج للاحتكار المطلق.

٢-٣ : التوازن فى نموذج السلوك المستقل للمنشآت :

كما درسنا سلفاً فإن السلوك المستقل للمنشآت في نموذج احتكار القلة قد يقود إلي إنهيار جميع المنشآت العاملة في الصناعة وتحملها لعبء خسائر ناتجة عن تصرفات وسلوك تناحري، ولكن التجربة التاريخية فرضت علي المنشآت العاملة في مثل هذا النموذج ضرورة التعقل مما قد يصل بالسوق لحالات من الجمود السعري.

منحنى الطلب المنكسر :

يعد نموذج منحنى الطلب المنكسر من أشهر نماذج احتكار القلة ، وقد صاغ هذا النموذج Paul Sweezy ، وتم تطوير هذا النموذج ليعبر عن حالة 'الجمود السعرى' التى تسود أسواق احتكار القلة . ويتم تحليل هذا النموذج فى ضوء الافتراضات التالية :

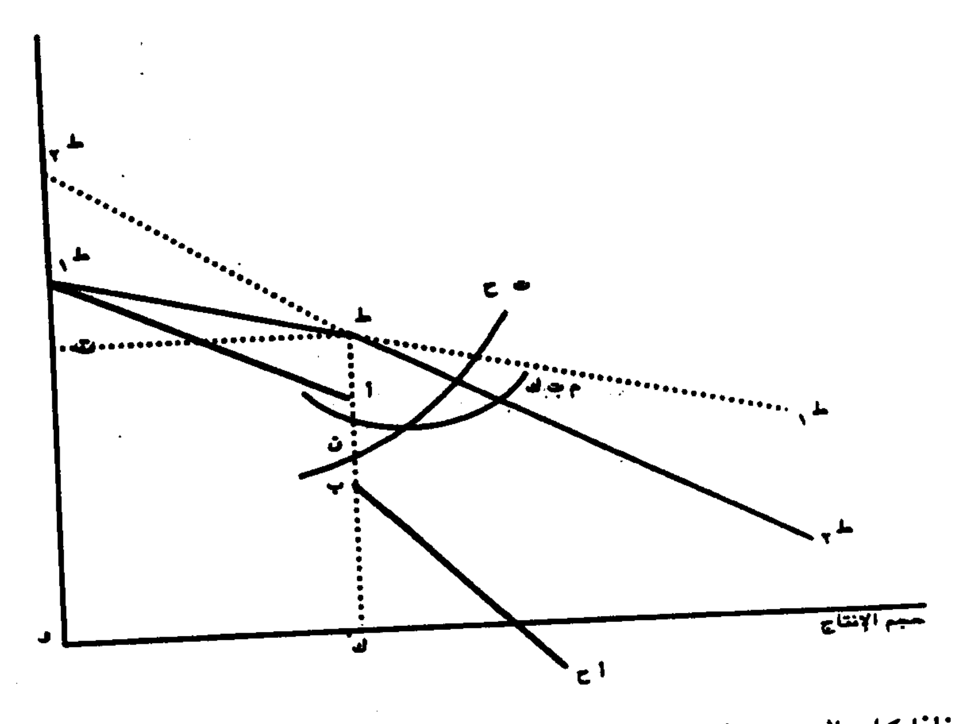
١) يجب أن تكون الصناعة ناضجة ويسودها سعر أو مجموعة من الأسعار تحقق ربحاً مرضياً لجميع المنتجين. وليس من الضرورى أن تكون السلعة المنتجة متجانسة حيث ينطبق التحليل أيضاً حالة السلع المميزة.

٢) إذا قامت إحدى المنشآت بخفض السعر سوف تتبعها المنشآت الأخرى فى ذلك وربما تخفض السعر لمستوى أقل للمحافظة على أنصبتها فى السوق. ومن ثم فإنه فى حالة تخفيض السعر سيكون هدف المنشأة الفردية المحافظة على نصيبها فى السوق ، وقد تعجز فى تحقيق ذلك .

٣) إذا قامت إحدى المنشآت برفع السعر فلن تتبعها المنشآت الأخرى فى ذلك . ومن ثم سيتحول عملاء المنشأة التى رفعت السعر إلى المنشآت الأخرى، ويكون نتيجة ذلك تناقص (أو ربما تلاشى) نصيب تلك المنشأة من السوق.

ويمكن تحليل توازن المنشأة من خلال 'نموذج منحنى الطلب المنكسر' من خلال الشكل رقم (٥-١٤).

شكل رقم (٥-١٤)
نموذج منحنى الطلب المنكسر وحالة الجمود السعرى
فى سوق احتكار القلة



فإذا كان السعر المتعارف عليه بالنسبة لجميع المنشآت العاملة فى سوق احتكار القلة هو السعر (و ث) ، فسيكون منحنى الطلب ممثلاً بالخط المنكسر (ط ١ ط ط ٢) . فإذا خفضت المنشأة سعرها فستتبعها المنشآت الأخرى فى ذلك ولن تحصل إلا على نصيبها السابق فى السوق، وتواجه المنشأة عند الأسعار التى تقل عن (و ث) الجزء (ط ٢ ط) من منحنى الطلب (ط ٢ ط ٢) الذى تقترب مرونته عند الأسعار المختلفة من مرونة منحنى الطلب فى السوق. ولكن إذا قامت المنشأة برفع سعرها فلن تتبعها المنشآت الأخرى فى ذلك وتفقد المنشأة جزء من نصيبها فى السوق ويواجه المنشأة عند الأسعار التى تزيد عن السعر (و ث) الجزء (ط ١ ط) من منحنى الطلب (ط ١ ط١) . الذى تزيد مرونته عند الأسعار المختلفة عن مرونة منحنى الطلب فى السوق. وبذلك يكون منحنى الطلب (ط ١ ط ط ٢) منكسراً عند السعر (و ث) وهو السعر الذى استقرت عليه المنشآت فى الصناعة ولاترغب فى تغييره عادة.

ويتم اشتقاق منحنى الإيراد الحدى بنفس الأسلوب فى سوق الاحتكار الكامل ، حيث ينصف المسافة أسفل منحنى الطلب. ولكن يترتب على انكسار منحنى الطلب أن يكون منحنى الإيراد الحدى غير مستمر عند حجم الإنتاج (و ك) ويتكون من جزئين غير متصلين[1].

وفى الشكل (٥-١٤) يمثل المنحنى (م ت ك) التكلفة المتوسطة للمنشأة والمنحنى (ت ح) التكلفة الحدية للمنشأة . ويتحقق توازن المنشأة عند النقطة (ن) حيث يقطع منحنى التكلفة الحدية منحنى الإيراد الحدى (أ ح = ت ح) فى الجزء المتقطع من (أ ح) . وتحقق المنشأة أقصى ربح ممكن بإنتاج حجم لإنتاج (و ك) ويكون سعر البيع السعر السائد (و ث).

وإذا ارتفعت تكاليف الإنتاج فى المنشأة بسبب ارتفاع أسعار خدمات عناصر الإنتاج ، أو إذا انخفضت تكاليف الإنتاج فى المنشأة ، فلن تغيير المنشأة من خططها طالما استمر تحقق تعادل (ت ح) مع (أ ح) فى الجزء المتقطع من منحنى (أ ح) . وبالتالى سيظل حجم الإنتاج (و ك) والسعر (و ث) ثابتين.

أما إذا ارتفعت تكاليف الإنتاج فى المنشأة بحيث يقطع منحنى (ت ح) منحنى (أ ح) فى جزءه المتصل العلوى (ط ، أ) فستخفض المنشأة من حجم إنتاجها وترفع من سعرها. وإذا انخفضت تكاليف الإنتاج فى المنشأة بحيث يقطع منحنى (ت ح) منحنى (أ ح) فى جزءه المتصل أسفل النقطة ب فستزيد المنشأة من حجم إنتاجها وتخفض سعرها.

---

(١) يمكن تفسير طبيعة منحني الإيراد الحدي المتقطع باستخدام مفهوم مرونة الطلب فإذا كان منحني الطلب مستمر فستتغير المرونة عند الانتقال من أعلي لأسفل علي منحني الطلب.

وحيث أن أ ح = ث − $\frac{\text{ث}}{\text{م ط}}$

فإننا سنجد أنه عندما ينكسر منحني الطلب عند النقطة ط فإن م ط عند حجم الإنتاج الأقل من و ك ستكون أعلي من مرونة الطلب عند حجم الإنتاج الأكبر من وك. وهذا يفسر انخفاض الإيراد الحدي بشدة عند هذه النقطة.

أما إذا ظلت تكاليف الإنتاج ثابتة انتقل منحنى السوق المنكسر على السلعة إلى اليمين مع بقاءه منكسراً عند السعر (و ث) . وأن منحنى التكلفة الحدية يقطع الإيراد الحدى فى الجزء المتقطع فستزيد المنشأة من إنتاجها ويظل السعر ثابت. وإذا حدث العكس وظلت التكاليف ثابتة وانتقل منحنى الطلب المنكسر إلى اليسار مع بقاءه منكسراً عن السعر (وث) . وأن منحنى التكلفة الحدية يقطع الإيراد الحدى فى الجزء المتقطع فستخفض المنشأة من حجم إنتاجها ويظل السعر ثابتاً.

٣: تعديلات الآجل الطويل :

هناك نوعان من التعديلات يمكن إجراؤهما فى صناعات احتكار القلة فى المدى الطويل. ويتعلق أولهما بحرية المنشأة الفردية فى إقامة الطاقة الإنتاجية التى تشاؤها، وعليه تأخذ المنشأة فى اعتبارها عند تغيير طاقتها الإنتاجية منحنى متوسط التكاليف فى المدى الطويل والتكاليف الحدية فى المدى الطويل. ويتضمن التعديل الثانى إمكانية تغيير عدد المنشآت فى الصناعة نتيجة لدخول منشآت جديدة أو انسحاب المنشآت الأصلية من ميدان هذه الصناعة . وستعرض لهذين النوعين من التعديلات كل على حدة.

٣-١: تعديلات حجم المشروع :

تتوقف الطاقة الإنتاجية التى تقيمها المنشأة على كمية الناتج التى تنوى إنتاجها فى المدى الطويل. ولإنتاج أية كمية معينة بأقل تكلفة متوسطة ممكنة تقوم المنشأة ببناء الطاقة الإنتاجية التى يكون منحنى متوسط التكاليف الممثل لها فى المدى القصير مماساً لمنحنى متوسط التكاليف فى المدى الطويل عند هذه الكمية المتوقعة .

وفى حالات التكتل الكامل، وإلى حد ما فى حالات التكتل غير الكامل، يمكن التنبؤ بدرجة كبيرة من الدقة بمستوى الناتج الذى تنوى المنشأة إنتاجه حيث يكون هناك إتفاق أو تفاهم بين المنشآت على حصص معينة ، أو على اقتسام السوق بطريقة أو بأخرى أو غير ذلك من الاتفاقات التى تجعل من السهل على المنشأة معرفة الكمية

التى تقوم بإنتاجها مستقبلاً. وفى مثل هذه الحالات تستطيع المنشأة عمل التعديلات اللازمة فى طاقتها الإنتاجية وفقاً للكمية التى تنوى إنتاجها مستقبلاً. وتحت هذه الظروف لا يمكن القول على وجه التحديد بما إذا كانت المنشأة ستبنى الطاقة المثلى أو الطاقة الأصغر من الطاقة المثلى أو الطاقة الأكبر من الطاقة المثلى. فقد تكون الطاقة الإنتاجية هى إحدى الحالات الثلاث المذكورة . والأمر فى هذه الحالة يتوقف على الظروف التى تعمل فى ظلها المنشأة الفردية . وليس هناك ما يدعو إلى الاعتقاد بأن المنشأة سوف تبنى الطاقة الإنتاجية المثلى. أما بالنسبة للمنشآت التى تسلك سلوكاً مستقلاً بعيداً عن التكتل فتتوقف الطاقة الإنتاجية التى تقيمها المنشأة على تنبؤها بالكمية المنتجة مستقبلاً. وعليه فإن درجة التأكد المتعلقة بالطاقة الإنتاجية التى ستقيمها المنشأة مستقبلاً إنما تتوقف على درجة التأكد المتوفرة لتلك المنشأة بخصوص مستوى الناتج الذى تنوى إنتاجه فى المدى الطويل. وتجدر الإشارة هنا إلى أن إمكانية التوسع فى الصناعة تؤثر بدرجة كبيرة فى قرارات المنشأة بشأن الطاقة الإنتاجية التى ستقيمها مستقبلاً. فإذا ما ازدادت إمكانية هذا التوسع، فإن ذلك يدعو المنشأة إلى التفاؤل بشأن الكمية المتوقعة واتجاهها إلى زيادة حجم المشروع. والواقع أن خوف المنشآت الفردية من الدخول فى مشاحنات قد تقضى على مصالحها يدعوها فى أغلب الأحوال إلى إتباع مبدأ التعايش السلمى وعليه تستطيع المنشأة الفردية تحت هذه الظروف تحديد الناتج المتوقع وكذا الطاقة الإنتاجية التى تقيمها فى المستقبل. وفى هذه الحالة أيضاً ليس هناك ما يدعو إلى الاعتقاد بأن المنشأة ستقيم الطاقة المثلى للمشروع.

٣-٢ : دخول منشآت جديدة إلى الصناعة :

إن تحقيق المنشآت لبعض الأرباح يشجع المنشآت الجديدة للدخول فى ميدان الصناعة فى المدى الطويل. ومن جهة أخرى فإن تحمل المنشآت فى الصناعة لبعض الخسائر يدفعها للانسحاب من ميدان تلك الصناعة فى المدى الطويل. وعادة ما يكون الانسحاب من ميدان صناعة احتكار القلة أسهل بكثير من الدخول فى مثل هذه

الصناعة . والواقع أن لمسألة الدخول فى الصناعة أهميـة كبيرة فى حالة احتكار القلة. ويرجع ذلك إلى أن استـمرار وبقـاء كيان احـتكار القلة إنما هو مرهون بمدى سـهولة دخـول المنشآت الجـديدة فى الصناعـة . أضف إلى ذلك أن درجـة التكتل التى يمكن تحقيـقها أو الحفـاظ عليها داخل الصناعـة ترتبط عكسياً مع سهـولة الدخول فى تلك الصناعة .

٣-٢-١ : الدخول فى الصناعة وبقاء احتكار القلة :

ربما ينهار كيان احتكار القلة عندما تتاح فرصة الدخول أمام المنشآت الجديدة فى الصناعـة . ويتوقف بقـاء احـتكار القلة من عدمـه فى هذه الحـالة على حجم سـوق السلعة بالمقارنة بالطاقـة المثلى للمنشأة، فالأرباح الاقتصادية التى تحقـقها المنشآت فى الصناعة تجذب المزيد من المنشآت مما يؤدى إلى خفض السعـر (أو مجموعة الأسعار) فى السوق نتيجة لزيادة ناتج الصناعة . ويسـتمر السعـر فى الانخفاض نتيـجة لذلك إلى أن يتسـاوى مع متـوسط التكاليف فـى المدى الطويل. وعندئذ تـلاشى الأرباح ويتوقف دخـول المنشآت الجديدة تبعـاً لذلك . وإذا كان السوق محـدوداً بحيث يظل عدد المنشآت قليلاً بالدرجة التى تلزم المنشآت بضرورة الأخذ فى الاعتبار ردود أفعال المنافسين، سوف تبـقى الصناعة تحت هذه الظروف فى مـوقف احتكار القـلة. أما إذا كان السـوق متسعاً وترتـب على دخول المنشـآت الجديدة فى الصناعـة ازدياد العدد بالدرجة التى تدعو المنشأة إلى عدم الاكتراث بردود أفعال المنافسين أو أنها لاتؤثر فى تصـرفات الـغيـر، تحت هذه الظروف سـيـتغـيـر هيكل السـوق إلى موقف المـنافسـة الاحتكارية أو ربما إلى المنافسة البحتة .

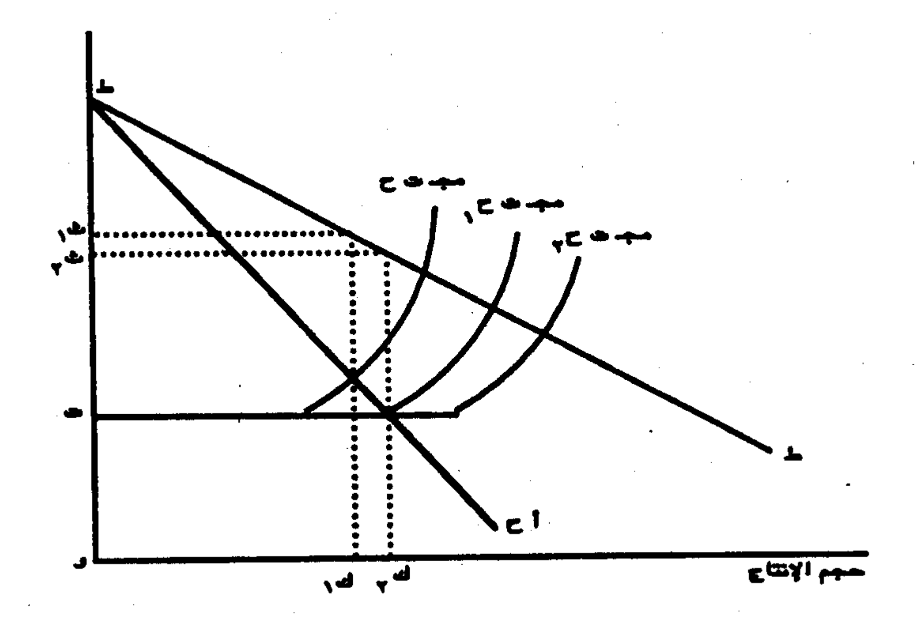
٣-٢-٢ :الدخول فى الصناعة واستمرار التكتل:

يتـرتـب على سهـولة الدخـول إنهيـار التكتل القـائم بين المنشـآت الأعضـاء فى التنظيم الاحتكارى. ولقد ذكرنا فيما تقدم العوامل التى تدفع المنشأة للخروج من هذا التنظيم. إن مـثل هذه الدوافع المذكورة تؤدى دوراً هاماً فى تشـجيع المنشـآت الجديدة إلى البـقاء خـارج الكارتل. فإذا بقـيت المنشـأة الجديدة خـارج التنظيم سوف تواجـه

بمنحنى طلب أكبر مرونة بالمقارنة بمنحنى طلب الكارتل، كما تواجه المنشأة الجديدة بإيرادات حدية أعلى من تلك التى تواجهها المنشآت الأعضاء فى الكارتل. فإذا ما باعت هذه المنشأة سلعتها بأسعار تقل قليلاً عن أسعار الكارتل، سوف تستحوذ على عدد كبير من عملاء الكارتل. ومن جهة أخرى إذا حددت المنشأة الجديدة أسعاراً أعلى قليلاً من تلك التى يبيع بها الكارتل فإنها فى هذه الحالة تكون عاجزة عن تصريف أى شيء من إنتاجها. وعليه فإن دخول المنشآت الجديدة يؤدى إلى تناقص الأرباح التى يحققها الكارتل وربما تؤدى به إلى تحمل بعض الخسائر الأمر الذى يؤدى إلى إنهياره فى النهاية .

وحتى لو دخلت المنشآت الجديدة فى الكارتل فهناك العديد من العوامل المؤدية فى نهاية الأمر إلى إنهياره. وبالإشارة إلى الشكل (٦-١٤) نفترض أن منحنى (مجـ ت ح) يمثل التجميع الأفقى لمنحنيات التكاليف الحدية للمنشآت فى المدى القصير. وعندئذ يتحدد ناتج الصناعة عند (و ك) السعر عند المستوى (ث ١) .

شكل رقم (٦-١٤)
دخول منشآت جديدة للصناعة
واستمرار التكتل فى سوق احتكار القلة



ويترتب على دخول المنشآت فى الصناعة انتقال منحنى (مجـ ت ح) نحو اليمين، ونتيجة لذلك يزداد ناتج الصناعة عن القدر (و ك) كما ينخفض السعر عن المستوى (ث ١) وعندما يدخل عدد كاف من المنشآت لدرجة أن ينتقل منحنى التكاليف الحدية للصناعة إلى (مجـ ت ح ١) مما يدفع السعر للانخفاض إلى المستوى (ث ٢) وزيادة الناتج إلى القدر (ك ٢) ، عندئذ لا تزال الصناعة تحقق أرباحاً اقتصادية . إن تحقيق الأرباح فى هذه الحالة سيجذب المزيد من المنشآت الجديدة . وباستمرار دخول المنشآت الجديدة ينتقل منحنى التكاليف الحدية للصناعة إلى (مجـ ت ح ٢) ، وستتناقص أرباح الصناعة التى توسعت فى الإنتاج إلى مستوى أكبر من (ك ١) . وهنا يلجأ الكارتل إلى إبقاء المنشآت الجديدة معطلة وخفض أنصبتها من أرباح الصناعة . وبذلك يكون هناك دافع قوى أمام المنشآت لأن تخرج من الكارتل. وإذا حاولت أى من هذه المنشآت تسويق سلعتها مستقلة عن الكارتل سوف تواجه بمنحنى طلب أكبر مرونة (إذا قورن بمنحنى طلب الكارتل) عند سعر الكارتل أو الأسعار القريبة منه . ومن ثم يكون الإيراد الحدى لهذه المنشأة أعلى من الإيراد الحدى للكارتل. كما أن متوسط التكاليف فى المنشأة يكون أقل فى مستواه عن متوسط التكاليف فى الكارتل. وبذا فإن المنشأة التى تنسحب من الكارتل ستحقق بعض الأرباح بافتراض بقاء المنشآت الأخرى فى الكارتل والإبقاء على سعر الكارتل على ما هو عليه. وهذه الاحتمالات التى تحقق للمنشأة بعض الأرباح عند إنسحابها من الكارتل قد تؤدى فى النهاية إلى إنهيار كيانه.

٣-٣ : أساليب تقييد الدخول فى الصناعة :

تلجأ صناعات احتكار القلة لإتباع شتى الأساليب التى تستهدف تقييد الدخول فيها. والواقع أن تقييد الدخول يعتبر أحد المهام الرئيسية للكارتل من أجل استمراره والمحافظة على كيانه . وقد يتم تقييد الدخول فى الصناعة بقيود (عراقيل) طبيعية ، أى تلك الناجمة عن ظروف الصناعة نفسها، أو بقيود مصطنعة تقيمها المنشآت الحالية للاحتفاظ بوضعها الحالى. وقد تنشأ العراقيل الطبيعية عن طبيعة الصناعة

نفسها. أما الحواجز المصطنعة فيمكن إزالتها - فى بعض الأحيان - من جانب المنشآت التي تحاول الدخول فى ميدان الصناعة .

ولعل أهم عقبة طبيعية فى طريق الدخول ضيق السوق بالنسبة للطاقة الإنتاجية المثلى للمنشأة ، ولإيضاح ذلك نفترض وجود منشأتين فقط فى الصناعة وأن هاتين المنشآتين قد وصلتا إلى الحدود القريبة من الطاقة المثلى لمشروعيما وحققنا أرباحاً على أساس أن السعر يفوق التكلفة المتوسطة لكل منهما. إن تحقيق الأرباح يحفز المنشآت الجديدة للدخول فى الصناعة موضع الاعتبار. والواقع أن تلك المنشآت الجديدة تقوم بدراسة الموقف بجدية قبل أن تقرر الدخول. وقبل الدخول الفعلى قد تكتشف هذه المنشآت أنها إذا دخلت فى الصناعة بطاقة إنتاجية تقل لحد ما عن الطاقة المثلى فإن التكلفة المتوسطة التى تتحملها تكون مرتفعة بحيث لاتستطيع تحقيق أية أرباح على الإطلاق. ومن ناحية أخرى إذا دخلت المنشأة الجديدة بطاقة تقترب من الطاقة المثلى فإن إنتاج الصناعة سيزداد لدرجة ينخفض معها السعر عن التكلفة المتوسطة سواء الخاصة بالمنشأة الجديدة أو بالمنشآت الموجودة فى الصناعة . وفى هذه الحالة تمتنع المنشأة عن الدخول فى ميدان الصناعة موضع الاعتبار.

ومن القيود الطبيعية التى تعترض سبيل المنشآت الجديدة هو احتياج الإنتاج فى بعض النشاطات إلى طاقات إنتاجية واسعة النطاق وما تتطلبه تلك الطاقات من معدات معقدة ورؤوس الأموال اللازمة لتمويلها. ومن أمثلة هذه النشاطات نذكر صناعة السيارات. ففى هذه الصناعة يكون الإنفاق الاستثمارى المبدئى ضخماً بحيث يعجز المستثمرون الجدد عن توفيره . علاوة على ذلك فإن المساحات الكبيرة والمبانى الضخمة والتجهيزات الصناعية الثقيلة والخبرة الفنية الدقيقة المطلوبة فى تلك الصناعة كل ذلك لايتوافر للكثير من المستثمرين الذين يرغبون الدخول فى ميدان صناعة السيارات . والواقع أن هذه الصعاب وأمثالها قد اعترضت سبيل الراغبين فى الدخول فى صناعة السيارات. ولم تتوافر إمكانيات الدخول فيها إلا لقلة من

المستثمرين فى أعقاب الحرب العالمية الثانية على الرغم من الأرباح الهائلة التى حققتها تلك الصناعة فى السنوات الأخيرة . وجدير بالذكر أن هذه الصعوبات لاتمثل العقبة الوحيدة للدخول فى ميدان صناعة السيارات ولكنها كانت العقبة الرئيسية فى اعتقادنا.

ومن أمثلة العراقيل الصناعية ما تقوم به أو تؤيده الحكومة . فقد تضمن الدولة حقوق اختراع آلات معينة أو عمليات فنية لبعض المنشآت فى الصناعة . وفى هذه الحالة تسيطر المنشآت صاحبة الامتياز على الآلات والعمليات الفنية عن طريق تأجيرها لبعض المنشآت الأخرى. وعن طريق ترتيبات التراخيص المشتركة قد يتم تبادل حقوق الاختراع بين المنشآت وبعضها فى الصناعة الواحدة ، ولكن دون السماح لأية منشأة جديدة بالدخول فى ميدان الصناعة .

وكثيراً ما توضع القيود الحكومية على نطاق واسع للحد من الدخول فى ميدان النقل والمواصلات حيث تضع الدولة نظاماً خاصاً بمنح التراخيص المحددة لسيارات الأجرة وسيارات النقل بغية تحديد المنافسة فى هذا المجال. وكذلك هناك إجراءات مماثلة لتنظيم الدخول فى مجال النقل الجوى. وشبيه بذلك ما تقوم به سلطات الإدارة المحلية لتنظيم الدخول فى بعض صناعات احتكار القلة المحلية . فكثيراً ما تقوم هذه الحكومات بوضع مواصفات المبانى فى المدن وتحديد التراخيص الصادرة للمقاولين وشركات البناء ، وذلك لمنع دخول المنشآت التى لا تتوافر فى أعمالها الشروط المطلوبة. وقد تستخدم قوانين التراخيص المحلية فى تحديد عدد الحلاقين والسباكين وغيرهم من أصحاب الحرف الأخرى. وتلجأ الحكومات المحلية لإتباع مثل هذه الأساليب التنظيمية بقصد الحفاظ على مستوى الصناعة لحماية مصالح المنتجين ولحماية مصالح المستهلكين.

وبجانب القيود التى تفرضها الدولة فإن امتلاك قلة من المنشآت الحالية لمصادر المواد الخام الرئيسية يعتبر أحد العراقيل المصطنعة التى تعترض سبيل الراغبين فى

الدخول فى ميدان صناعة احتكار القلة. وتظهر أهمية هذا العامل عندما تتركز المواد الخام فى منطقة جغرافية معينة أو عندما تتركز المصادر الجيدة لهذه المواد فى قطاعات جغرافية معينة . إن تمركز مصادر المواد الخام بهذا الشكل يؤدى بطبيعة الحال إلى تركز ملكية الخامات المستخدمة فى الصناعة . وكثيراً ما نشاهد ذلك فى خامات المنجنيز والنيكل والألومونيوم ....

ومن أمثلة العراقيل المصطنعة الأخرى نذكر السياسة السعرية التى قد تنتهجها المنشآت الحالية فى الصناعة بقصد إفلاس المنتجين الجدد وتخويف غيرهم من الراغبين فى الدخول فى الصناعة . فقد تهدد المنشآت الحالية بخفض السعر إلى مستوى تتلاشى عنده إمكانية تحقيق الأرباح. وفى حالة دخول المنشآت الجديدة على الرغم من هذا التهديد قد تعمد المنشآت الأصلية إلى خفض السعر فعلاً محاولة فى ذلك إرغام المنشآت الجديدة على تصفية أعمالها. وعلاوة على ذلك فإن حرب الأسعار المتكررة قد تؤدى إلى خلق جو عام يتسم بعدم الاستقرار بخصوص تحقيق الأرباح . وربما يؤدى ذلك بالمنشآت الجديدة إلى الابتعاد عن هذه الصناعة أو عدم التفكير فى الدخول فيها.

وقد يشكل تنوع الناتج عائقاً مصطنعاً فيعترض سبيل الدخول فى بعض صناعات احتكار القلة . فقد يكون ناتج الصناعة مميزاً بدرجة كافية تجعل المستهلكين متحيزين لناتج بائع معين دون الآخر. فبالرغم من أن الماركات الحالية للسلعة المنتجة فى الصناعة تكون مميزة عن بعضها البعض ومعروفة لدى جميع المستهلكين، إلا أنهم لايقبلون على شراء أية ماركة جديدة ، اعتقاداً منهم أن أية ماركة أخرى جديدة لا توازى فى جودتها الماركة التى تعودوا على شرائها. ويعتبر هذا الأمر المتعلق بنوع الناتج بمثابة عقبة هامة فى سبيل الدخول فى صناعة السيارات.

وتجدر الإشارة إلى أن تقييد الدخول فى صناعة احتكار القلة يمكن المنشآت من تحقيق بعض الأرباح فى المدى الطويل. ولا يعنى ذلك أن المنشآت تحقق أرباحاً بصفة

دائمة فى صناعات احتكار القلة. فقد تتحمل المنشآت بعض الخسائر. وقد تحصل المنشآت على أسعار تكفى فقط لتغطية تكاليفها المتوسطة ، أى أنها لاتحقق أرباحاً ولاتتحمل أية خسائر. وبتلاشى الأرباح يختفى الحافز الذى يدفع المنشآت الجديدة للدخول فى الصناعة ، وذلك بغض النظر عن إمكانية الدخول من عدمها. ومن جهة أخرى فإن تحقيق الأرباح بشكل حافزاً قوياً للدخول فى الصناعة . وعندما يتعذر الدخول فى مجال الصناعة سوف تظهر الأرباح الاقتصادية فى المدى الطويل. والواقع أن تقييد الدخول فى الصناعة يمنع الأرباح من تأدية وظيفتها الرئيسية فى تنظيم الطاقة الإنتاجية للمشروع.

١) أسواق احتكار (منافسة) القلة ميدان لتطبيق الاستراتيجية العسكرية

يشيع بين المشروعات التي تعمل في ظل احتكار (منافسة) القلة أن تصف بيئتها التنافسية بمصطلحات عسكرية . إذ أن وجه التشابه قريب في الواقع، ففي حالتي الحرب واحتكار القلة يوجد 'جانبان' أو أكثر، ويحاول كل جانب (تعظيم مصالحه) على حساب الجانب الآخر دائماً. ويستطيع كل جانب استخدام استراتيجيات وأساليب مختلفة للتفوق على الجانب الآخر. وكل جانب لديه دافع إلى اللجوء إلى المناورة، والمفاجآت، والحيل لتحقيق المزايا.

وتعتبر التعبيرات العسكرية جزءً من لغة المنافسة، حيث يتحدث التنفيذيون عن 'غزو' الأسواق، و 'الهجمات' التنافسية، وتطوير 'أسلحة' بيع جديدة، ويتحدثون عن أبحاث التسويق 'كالمخابرات'، وعن البائعين 'كالقوات الميدانية'، واستخدام 'الأسماء الرمزية السرية' لمشروعات معينة . وتندلع 'حروب' الأسعار في عدد من الصناعات من وقت لآخر، ومن المعروف أن المشروعات تتورط في أعمال 'التجسس' الصناعي على التسهيلات، الأسرار التجارية، وبراءات الاختراع، وجهود البحث والتطوير، ويشار إلى الإعلان بأنه 'حملة دعائية' . وتتحدث المجلات التجارية عن 'صراعات الحدود' و'المناوشات' بين شركات الحاسبات، و 'تصعيد ميزانيات التسلح' في شركات الصابون والمنظفات، و'حرب العصابات' بين Purex وشركات الصابون، و'المعركة' على نصيب السوق في عدد من الصناعات، و'استيلاء' المشروعات التوسعية للوصول إلى موقع تنافسي. وهناك ٦ مبادئ عسكرية مشهورة مناسبة لما يحدث في أسواق احتكار القلة هي:

١) مبدأ الهدف: يجب أن يكون لكل عملية عسكرية هدف محدد وقاطع ويمكن تحقيقه.

٢) مبدأ التكتل: يجب تركيز قوة قتال متفوقة في زمان ومكان محددين لتحقيق هدف واضح.

٣) مبدأ مرونة المناورة : يجب أن تحظى المرونة باهتمام كبير فى اختيار الخطط، بالرغم من أنه يجب الموازنة بين تكاليف ومخاطر المرونة ومزاياها.

٤) مبدأ السرية : تعتبر السرية ضرورية وتتحقق بإجراءآت تتخذ لمنع المفاجأة، الاحتفاظ بحرية الحركة، ومنع المعلومات عن العدو.

٥) مبدأ الهجوم : يجب على القائد الأخذ بزمام المبادرة، وتحديد المجال، واستغلال نقاط ضعف العدو.

٦) مبدأ المفاجأة : تتحقق المفاجأة من ضرب العدو فى زمان ومكان وبأسلوب بدون استعداده لذلك .

ويمكن أن نخرج من هذه المبادئ ببعض الاعتبارات الاستراتيجية والتنافسية التى يمكن أن تنتهجها المنشأة فى سوق احتكار القلة، فهل يجب على المشروع تركيز موارده التنافسية على أوجه ضعف أو قوة الخصوم؟ وأيهما نقبل استراتيجياً: الدفاع عن وضع قوى فى السوق أو الهجوم على وضع ضعيف فى السوق؟ هل الاتجاه الضيق المركز يقدم فرصة أفضل للنجاح بالمقارنة باتجاه 'الضرب على كل الجبهات' الواسع؟ وهل يؤدى النجاح إلى نجاح آخر بالنسبة لاكتساب المعارك التنافسية المقبلة؟ وما مدى سرعة متابعة 'الانتصار' وجمع الغنائم ؟

ومع ذلك، هناك اختلافان جوهريان بين الاستراتيجية العسكرية والمنافسة التجارية، فبينما تخاض الحروب لتحقيق 'النصر الكامل' الذى يؤدى إما إلى استسلام العدو أو سحقه، يجب أن تتم المنافسة بين المشروعات بحيث لايظهر أى من المشروعات فى صورة الفائز. إذ أن الفوز فى آحتكار القلة يعنى ظهور الاحتكار المطلق، وهذا يمثل انتهاكاً لقوانين مكافحة الاحتكار. حيث تهدف أدوات مكافحة الاحتكار إلى الحفاظ على 'المنافسة'، وتتمثل فلسفة ذلك فى أن المنافسة دقيقة وقوية وسليمة، ولكن يفترض ألا يكون هناك مشروع واحد قوى فى المنافسة بحيث يكسب المعركة أو يحقق وضعاً أقوى. وثانياً: فإنه بينما نجد أن كل شيء مباح فى 'الحب

والحرب، هناك قيود هامة فى المنافسة التجارية على الأسلحة والأساليب التى يمكن أن تستخدمها المشروعات. حيث تضع قوانين مكافحة الاحتكار قواعد 'المنافسة العادلة' وتمنع محاولات الاحتكار، ،أو تقليل المنافسة، أو التمييز السعرى، ،أو تقييد التجارة، أو الأساليب الملتوية لإخراج مشروع آخر من النشاط، ،أو الترتيبات المقيدة أو الاستبعادية، الغش، ،الخداع... إلخ .

٢) نماذج الاحتكار الثنائى (إطار تاريخى)

عندما تقتصر الصناعة على منشأتين فقط فـإن ذلك يمثل نموذج الاحتكار الثنائى Duopoly ويعـد هذا النمـوذج الشكل المتطرف لنمـاذج احتكار الـقلة ، ويطلق على هذا النمـوذج احتكار القلة لمنشـأتين Two-Firm-Oligopoly ، وسوف نعـرض هنا لأهم نماذج الاحتكار الثنائى بحسب تطورها التاريخى، وهى:

- نموذج 'كورنوت' Cournot Model
- نموذج 'إدجورث' Edgeworth Model
- نموذج 'تشامبرلين' Chambriline Model

١ : نموذج 'كورنوت' للاحتكار الثنائى :

ترجع صياغة هذا النموذج إلى الاقتصادى الفرنسى A.A. Cournot ، ويفترض هذا النموذج أن الصناعـة تتكون من منشأتين تعملان فـى مجال استخـراج وبيع المياه العذبة (المعـدنية) من نبـعين يجاور كل منهـما الآخر، وتمـتلك كل منشأة نبع منهـما. ويأتى المستهلكون بدلائهم للحصول على الماء بأنفـسهم ويدفعون للمنشأة ثمن نقدى للماء.

وبالتالى فإن التكاليف الكلية للمنشأة هى التكاليف الثـابتة التى تحملتها فى حفر البئر وجعله جاهز لمـد المستهلكين بالماء، ولاتتحمل المنشأة تكاليف متغـيرة لاستخراج الماء، لذلك فـإن التكلفـة الحدية صـفـر بالنسبـة لكل منشـأة ، أى أن منحنى التكلفـة الحدية ينطبق على المحور الأفقى.

الفصل الخامس عشر
أهداف الربحية للمنشأة
فى سوق المنافسة الاحتكارية

يتميز سوق المنافسة الاحتكارية بوجود عدد كبير من المنشآت ، عادة تكون منشآت صغيرة الحجم، بحيث لاتؤثر سياسة إحدى المنشآت تأثيراً ملموساً بصورة مباشرة فى سياسة منشأة أخرى تقوم بإنتاج سلعة متشابهة. كما تتميز سوق المنافسة الاحتكارية بعدم تجانس المنتجات بين المنشآت المكونة للصناعة ، أي أن هناك تمايز لمنتجات المنشآت العاملة في سوق المنافسة، ولكن يعد مُنتَّج كل منشأة بديل قريب لمنتج المنشآت الأخرى(1). وبالتالى تتمتع كل منشأة ببعض القوة الاحتكارية بما يمكنهم من فرض أسعار متباينة للأصناف المختلفة من السلعة الواحدة ، ولكن تكون الأسعار قريبة من بعضها للفئة الواحدة من السلعة الواحدة. ومن أمثلة الصناعات التى تخضع لظروف المنافسة الاحتكارية صناعات السجائر والصابون والأحذية والملابس الجاهزة ، والمطاعم ... وغيرها.

ويصعب تعريف الصناعة فى سوق المنافسة الاحتكارية فبينما تكون حدود الصناعة واضحة عندما يكون المُنتَج متجانس بالنسبة لجميع المنشآت العاملة فى الصناعة كما فى حالة المنافسة الكاملة والاحتكار الكامل واحتكار القلة التام. ولكن فى حالة المنافسة الاحتكارية فلا يمكن جمع كافة المنتجات المميزة (برغم أنها بدائل قريبة) وتمثيلها على محور واحد للكميات، ومن ثم يصعب استخدام التمثيل البيانى

---

(1) تختلف سوق المنافسة الاحتكارية عن سوق منافسة القلة المميزة في مدي تأثير سلوك المنشأة الفردية علي سلوك المنشآت الأخري.

وأن كانت سوق المنافسة الاحتكارية تشبه سوق المنافسة الكاملة في كبر عدد المنتجين ، إلا أن تميز المُنتَج في سوق المنافسة الاحتكارية بالمقارنة بوجود سعر واحد فقط للمُنتَج في سوق المنافسة الكاملة ، مما يجعل منحني الطلب علي مُنتَج المنشأة تام (لانهائي) المرونة في سوق المنافسة الكاملة ، بينما يكون منحني الطلب علي مُنتَج المنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية كبير المرونة ، ولكنه لا يصل أن يكون تام المرونة .

لمنحنيات الطلب والعرض للصناعة فى مجموعها ، هذا بالإضافة إلى أن أسعار الأصناف المختلفة من المنتج (برغم أنها بدائل قريبة) ستكون مختلفة وفقاً لتقدير المستهلكين للمميزات النسبية لكل صنف.

لذلك فإنه فى تحليل سوق المنافسة الاحتكارية يستعاض عن التصنيف حسب الصناعة ، بتصنيف آخر حسب المجموعة السلعية (أو مجموعة المُنْتَج Product group حيث يتم تجميع جميع المنشآت التى تنتج منتجات تمثل بدائل قريبة فى مجموعة سلعية واحدة[1] .

١: الطلب على منتج المنشأة والصناعة فى سوق المنافسة الاحتكارية:

تختلف ظروف الطلب في سوق المنافسة الاحتكارية عنها فى هياكل الأسواق الأخرى. حيث يترتب على اختلاف أصناف السلعة الواحدة إلى تفضيل المستهلكين التعامل مع أحد المنتجين دون غيره، ومن ثم يصبح منحنى الطلب على مُنْتَج كل منشأة منفصلاً عن الطلب على منتجات المنافسين. وذلك لأنه حيث توجد الفروق فى منتجات المنشآت المختلفة ، فسيكون لكل منشأة مجموعة من المشترين الذين يفضلون لسبب أو لآخر مُنْتَج تلك المنشأة بالذات وسوف لاينصرفون عنها حتى ولو رفعت هذه المنشأة سعر مُنْتَجها فوق المستوى العام لسعر المُنْتَج فى السوق. وسيكون منحنى الطلب على مُنْتَج المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية غير تام المرونة .

فلو خفضت المنشأة سعر مُنْتَجها فإنها سوف تكسب جزء من الطلب على منتجات المنشآت الأخرى، ولكن سيكون انخفاض طلب المنشآت الأخرى محدود أو غير ملموس، لأن هذا الأثر سيكون موزعاً على عدد كبير من المنشآت. ولو رفعت المنشأة من سعر مُنْتَجها فسوف تفقد جزء من الطلب على منتجها (وليس كل الطلب) ، ليزداد الطلب على مُنْتَجات المنشآت الأخرى، ولكن ستكون زيادة طلب

---

(١) فمثلاً يمكن تجميع معجون الأسنان مع مساحيق تنظيف الأسنان مع السوائل المطهرة أو المنظفة للفم في مجموعة سلعية واحدة.

المنشآت الأخرى محدودة وغير ملموسة ، لأن هذا الأثر سيكون موزعاً على عدد كبير من المنشآت.

فإذا أفترضنا أنه عندما كان سعر مُنتَّج المنشأة فى السوق ١٠ جنيه للوحدة كان عدد المشترين لهذا المُنتَّج ١٠,٠٠٠ مشترى، فإذا رفعت المنشأة سعر هذا المُنتَّج ليصبح ١١ جنيه للوحدة ، فقد ينصرف عنها بعض المشترين[١]، وليس جميعهم إلى المنشآت الأخرى التى تنتج منتجات بديلة ولنفرض أن عدد المشترين سينخفض ليصبح ٨٠٠٠ مشترى. وإذا رفعت المنشأة السعر مرة أخرى فإنها ستفقد مجموعة جديدة من المشترين ، .... وهكذا. إلا أننا سنجد أن هناك مجموعة من المشترين سيظلوا مرتبطين بمُنتَّج هذه المنشأة مهما ارتفع سعره ، وليكن ٤٠٠ مشترى مثلاً، أى أن المنشأة لايمكن أن تفقد سوقها كلية . والعكس فلو خفضت المنشأة سعر منتجها إلى ٩ جنيه للوحدة مثلاً ، فإنها ستجذب عدداً من المشترين (الأقل ارتباطاً بمنتجات المنشآت الأخرى) ، ولكن لن ينجذب إليها جميع المشترين الذى يشترون منتجات المنشآت الأخرى، وسيصبح عدد المشترين لمُنتَّج المنشأة التى خفضت سعرها ١٢٠٠٠ مشترى مثلاً.

وهنا تجدر ملاحظة أن تأثر المنشآت الأخرى بالسياسة السعرية للمنشأة سيكون محدوداً وغير ملموس، فعندما رفعت المنشأة سعرها فقدت ٢٠٠٠ مشترى، ولكنهم لايذهبون جميعاً لشراء منتج منشأة أخرى بعينها، إذ أنهم سيتوزعون لشراء منتجات بديلة من عدة منشآت مختلفة . وعندما خفضت المنشأة سعرها انجذب إليها ٢٠٠٠ مشترى. ولكنهم لايمثلون زبائن لمنشأة واحدة بعينها، إذا أنهم يمثلون زبائن لعدد كبير من المنشآت الأخرى.

وبناء على التحليل السابق يمكن التمييز بين نوعين من منحنيات الطلب التى

(١) يلاحظ أن المشترين الذي ينصرفون عن مُنتَّج المنشأة التي رفعت سعرها هم هؤلاء المشترين الأقل ارتباطاً بهذا المُنتَّج والأقل ولاءاً للمنشأة.

تواجه المنشأة فى سـوق المنافسة الاحتكارية ، يوجد منحـنى طلب ط ط يمثل الكميات التى تبيـعها كل منشـأة عند الأسعار المختلفة . ويمثل هذا المنحنى نصيب المنشأة من السوق حيث يتم تقـسيم الطلب الكلى فى السوق على نفس المجموعـة السلعية على جميع المنشآت المنتجة لهذه المجموعة ، ويطلق على منحنى الطلب ط ط "منحنى طلب حصة السـوق" بالنسبة للمنـشأة الواحدة . ويستند هذا المنحنى إلى افتـراض أن كافة المنشـآت ستـقوم بتـغيير أسـعارها فى نفس الاتجـاه، ولايرجع ذلك لتأثرهـا مباشرة بالسياسة الـسعرية للمنشأة الأولى، ولكن بسبب تشابه ظروف جـميع تلك المنشآت. بحيث أنها إذا وجدت إحـدى المنشآت أن أرباحها سترتفع عند تخفـيض السعر، فإن منافسيها سيجـدون أن أرباحهم سوف تزيد كـذلك بتخفـيض السـعر، ولذلك فإن مبيـعات المنشـأة سـوف تزيد قليلاً عنـد تخفـيض السعـر (أى تكون مـرونة الطلب منخفـضة) . وسوف يؤدى خـفض الأسعار بصـورة متـالية أو ما يطلق عليـه حرب الأسعار Price War إلى تحرك المنشأة على منحنى الطلب ط ط.

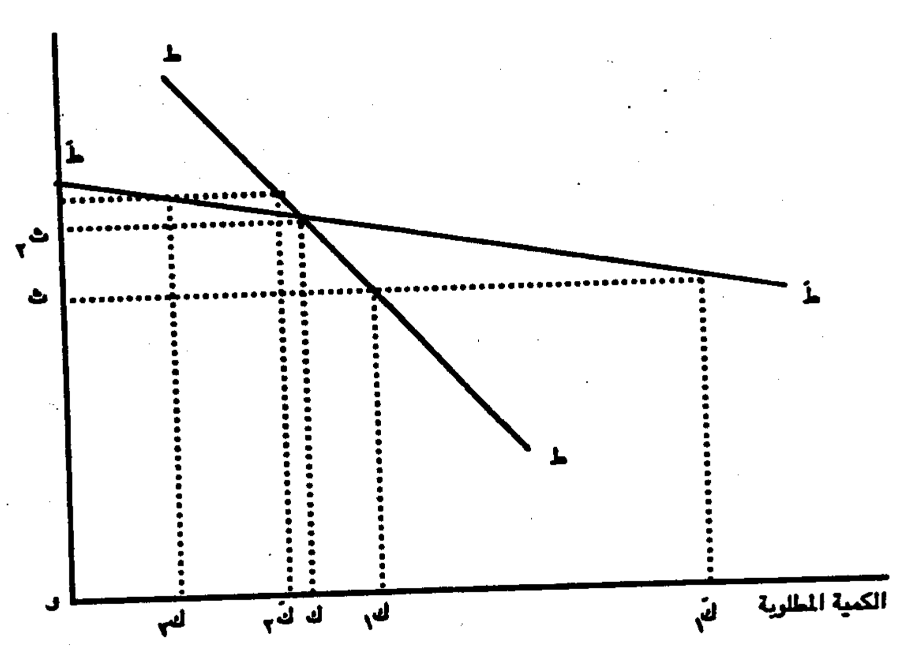
ويوجد كـذلك منحنى الطلب طَ طَ ويستند هذا المنحنى إلى افـتراض عدم تغـير المنشآت الأخرى لسياسـتها السعرية إذا أقدمت المنشأة على خفض سـعر بيع متجها. وتكون مرونة الـطلب على مُنْتَج المنشأة كـبيرة جـداً بالنسبـة لمرونة منحنى الطلب فى السوق ككل. حيث تكون منتجـات جميع المنشآت بدائل قريبة جداً لبعـضها، فعندما تقرر المنشأة إجـراء خفض قليل فى السعر ستزيد مـبيعاتها كثـيراً (إذا لم تقم المنشآت الأخـرى بخـفض سـعرها) ، وسيـكون التـحـرك هنا على منحـنى الطلب طَ طَ . والملاحظ هنا أن منحنى الطلب طَ طَ يكون ذات مـرونة كبـيرة جداً بالمقـارنة بمنحنى الطلب ط ط .

ويعتـمـد تحديد منحنى الطلب المناسـب على طريقة التـفاعل بين المنشـآت التى تعـمل فى سوق المنافـسة الاحـتكارية ، فـيمـا إذا كان هذا الـتفـاعل سيكون إيجـابى (سيكون مـنحنى الطلب المناسب ط ط) ، وفيـما إذا كان هـذا التفاعل سـيكون سلبى (سيكون منحنى الطلب المناسب طَ طَ) ، وذلك كما يتضح من الشكل (١-١٥).

شكل رقم (١-١٥)

منحنى الطلب على مُنتَج المنشأة

فى سوق المنافسة الاحتكارية



فإذا كان السعر السائد[١] فى السوق (و ث) ستكون مبيعات المنشأة فى السوق هى الكمية (و ك) . وإذا قامت المنشأة بخفض سعرها إلى (و ث١) فستكون مبيعاتها فى السوق الكمية (و ك١) إذا اتبعت جميع المنشآت نفس السياسة السعرية وقامت بتخفيض السعر، بينما ستكون مبيعات المنشأة الكمية (و كَ١) إذا كانت المنشأة هى الوحيدة التى خفضت سعرها. وإذا قامت المنشأة برفع سعر بيع منتجها إلى (و ث٢) فستكون مبيعاتها (و ك٢) إذا اتبعت جميع المنشآت نفس السياسة السعرية وقامت برفع السعر، بينما ستكون مبيعات المنشأة الكمية (و كَ٢) إذا كانت المنشأة هى الوحيدة التى رفعت سعرها.

٢ : توازن المنشأة فى الأجل القصير :

سيتم تحليل توازن المنشأة فى ضوء افتراضات 'تشامبرلين' وهذه الافتراضات هى :

---

(١) ستكون أسعار المنتجات البديلة لمُنتَج المنشأة قريبة جداً من هذا السعر وتدور حوله.

١) يقوم عدد كبير من المنشآت بإنتاج منتجات مميزة (غير متجانسة)، تكون جميعاً بدائل قريبة لبعضها.

٢) يكون عدد المنشآت كبيراً، بحيث لايؤثر سلوك إحدى المنشآت على الأخرى بصورة مباشرة، ولايترتب على تصرف أى منها ردود فعل من جانب المنشآت الأخرى.

٣) تتماثل ظروف الطلب والتكاليف التى تواجه المنشآت المختلفة. ولكن هذا الافتراض غير واقعى، لأنه طالما أن مُنتَّجات المنشآت متمايزة، فستكون ظروف الطلب والتكاليف مختلفة، وإن كان هذا لايمنع أن يكون اختلاف ظروف الطلب والتكاليف اختلافاً طفيفاً وليس عميقاً.

٤) يمكن للمنشأة التأثير فى الطلب على مُنتَّجها بدرجة محدودة، بإتباع إحدى السياسات الثلاث الآتية:

- سياسة سعرية.
- سياسة تعديل مواصفات السلعة، لتحسين نوعية السلعة أو إضافة استخدامات جديدة لها.
- سياسة الإعلان والترويج.

وسيتم التحليل هنا فى ضوء السياسة السعرية، حيث سيترتب على تغيير المنشأة لسعر بيع مُنتَّجها تغيير مقابل فى حجم الإنتاج وحجم المبيعات وحجم الأرباح المحققة. وفى الأجل القصير لايكون فى مقدور المنشأة تغيير حجم طاقتها الإنتاجية (حجم المشروع) ولكن يمكنها تغيير وتعديل حجم الإنتاج فى ضوء طاقتها الإنتاجية الثابتة. كذلك لن تتاح فرصة دخول منشآت جديدة مجال الإنتاج فى نفس المجموعة السلعية فى الأجل القصير.

ولن يختلف تحليل توازن المنشأة هنا كثيراً عنه فى نماذج السوق الأخرى، حيث ستتمكن المنشأة من تحقيق أهداف الربحية الخاصة سواء تمثلت فى تعظيم الأرباح أو

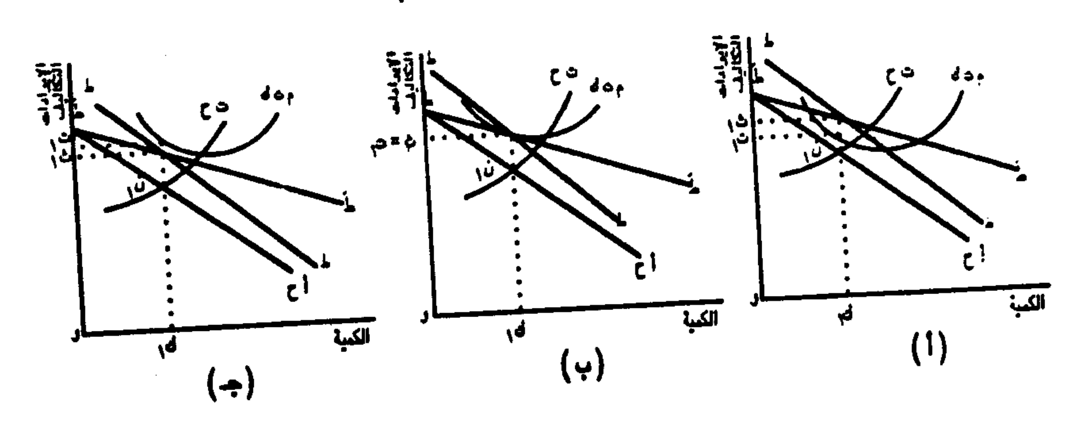
إقلال الخسائر. عندما تنتج حجم الإنتاج الذى تكون عنده الإضافة إلى الإيراد الكلى (أ ح) مساوية للإضافة إلى التكاليف الكلية (ت ح). وطالما أن منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة كبير المرونة وليس تام المرونة فإن ظروف الطلب والإيراد ستكون مثل تلك التى تواجه المنشأة فى سوق الاحتكار الكامل، ومن ثم فإن توازن المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية سيتحدد كما لو كانت المنشأة فى سوق احتكار كامل. مع التركيز على أن منحنى الطلب سيكون كبير المرونة بدرجة عالية، وبالتالى يكون ميله سالب ويكون أقرب لمنحنى الطلب تام المرونة.

ويمكن أن يتحقق توازن المنشأة بتحقيق أرباح اقتصادية، أو بتحقيق الأرباح العادية فقط، أو بتحقيق خسائر طالما أن الخسائر أقل من التكلفة الثابتة، أى أن السعر يغطى متوسط التكلفة المتغيرة، كما يتضح من تحليل الشكل رقم (٢-١٥).

شكل رقم (٢-١٥)

توازن المنشأة فى الأجل القصير

فى سوق المنافسة الاحتكارية



فـفى الشكل رقم (٢-١٥/ أ) يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب الذى يواجه المنشأة وهو طلب كبير المرونة (ولكنه غير تام المرونة). وينصف الإيراد الحدى (أ ح) المسافة المحصورة أسفل منحنى الطلب (ط ط). ويمثل المنحنى (م ت ك) التكاليف المتوسطة الكلية للمنشأة، والمنحنى (ت ح) التكاليف الحدية لتلك المنشأة.

ويتـحقق توازن المنشـأة عند النقطة (ن١) حيث أ ح = ت ح، وذلك عـند حجم الإنتاج و ك١ وسعر البيع و ث١ .

وتحقق المنشأة ربح اقتصادى حيث يكون السعر (و ث١) أكبر من تكلفة الوحدة (و ت١) ، ويمثل المستطيل (ت١ ل١ م١ ث) متـوسط ربح الوحدة المـنتجة، ويـحسب إجمالى الربح المتحقق للمنشأة بضرب حجم الإنتاج فى متوسط ربح الوحدة ويعادل (و ك١ × ت١ ل١ م١ ث١).

وفى الشكل (٢-١٥/ ب) يتحقق توازن المنشآت عند النقطة (ن١) حيث أ ح = ت ح . عند حجم الإنتاج (و ك١) وسعر البيع (و ث١) . وتحقق المنشأة الربح العادى فقط حيث يكون السعر (و ث١) مساوياً متوسط التكلفة الوحدة (ت١) أى أن السعر يغطى متوسط التكلفة الكلية .

وفى الشكل (٢-١٥/ جـ) يتـحقق توازن المنشـأة عند النقطة (ن١) حيث أ ح = ت ح ، عند حجم الإنتاج (و ك١) وسعر البيع (و ث١) ، وتحقق المنشـأة خسائر (أقل من التكلفـة الثابـتة) ، حـيث يكون السعـر (و ث١) أقل من مـتوسط تكلفـة الوحدة (ت١).

ويجب ألا ننـى أن المنشآت فى سوق المنافسة الاحتكارية تنتج منتجـات متمايزة، وبالتالى سيواجه كل منشأة منحنى طلب خاص بهـا، وفى الأجل القصير تحقق جميع المنشآت توازنها ليتساوى إيرادها الحـدى (أ ح) مع تكلفتها الحدية (ت ح) ، وستكون أسعار البـيع لجميع المنشآت متـقاربة . دون أن تكون متساويـة . لأن درجة تحكم المنشأة فى السعر تخضع للقيود التى يفرضها وجود العديد من البدائل القريبة لمُنتَج تلك المنشأة.

٣ : تعديلات الأجل الطويل :

يكون بالإمكان إحداث بعض التعديلات بالنسبة للمنشأة ، وكذلك الصناعة فى الأجل الطويل، تتمثل فى :

- إمكانية تعـديل الطاقة الإنتـاجية (حـجم المشروع) للمنشـأة ، إذ أن تحقق الأرباح الاقتصادية سيكون دافعاً للمنشآت لتوسع أحجامها وطاقاتها الإنتاجية فى الأجل الطويل سعياً وراء مزيد من الأرباح.

- إمكانية دخـول منشآت جديدة فى الصناعـة ، عندما تحقق المنشـآت العاملة - فى مجال الإنتاج لنفس المجموعة السلعية - أرباحاً اقتصادية .

- إمكانيـة خـروج بعض المنشآت الـعاملة فى الصـناعة فى حـالة تحـملهـا لخسـائر مستمرة، وخاصة عندما تفوق تلك الخسائر التكاليف الثابتة .

وسيتم تحليل تعديلات الأجل الطويل فى سوق المنافسة الاحتكارية فى حالتين :

١) انعدام إمكانيـة دخول منشـآت جديدة إلى مجـال الإنتاج لنفس المجمـوعة السلعية Blocked - Entery .

٢) إمكانية دخـول منشآت جديدة إلى مجال الإنـتاج لنفس المجموعة الـسلعية Open - Entry .

٣-١ : تعديلات الأجل الطويل فى حالة انعدام إمكانية دخول منشآت جديدة:

تتمـيز أسواق المنافـسة الاحتكـارية بصغر حـجم المنشآت بحيث لاتسـتطيع منع دخول منشآت جديدة ، إلا إذا تدخلت الحكومة ، ومن ثم فإن هذه الحالة لاتتحقق إلا عندما تكون هـناك تشريعات تحـد من حرية دخول منشـآت جديدة إلى الـسـوق، مثل وجود قوانين تنص على ضرورة الحصول على ترخـيص لدخول مجال الإنتاج لسلعة معـينة ، وكمـثال لذلك سوق خـدمات التاكـسى داخل مدينة مـعينة ، حيـث يتمكن الأفراد من الدخول إلى هذه السوق برأس مال قليل نسبيـاً (لشراء سيارة أو مجموعة سيـارات) ، لذلك توجد قوانين مـحلية للحد من المـبالغة فى إعـداد العاملين فى هذه السوق عن طريق التـراخيص. كذلك الحال بالنسـبة للبنوك حيث يتطلب فـتح فروع جـديدة ضرورة الحـصول على تراخـيص من البنك المركـزى. وتعد هذه الحـالة غيـر شائعـة فى أسواق المنافـسـة الاحتكارية . وفى هذه الحالة سـتقوم المنشـآت العاملة فى

السوق بتعديل حجم طاقاتها الإنتاجية حتى تحقق أقصى ربح ممكن فى الأجل الطويل.

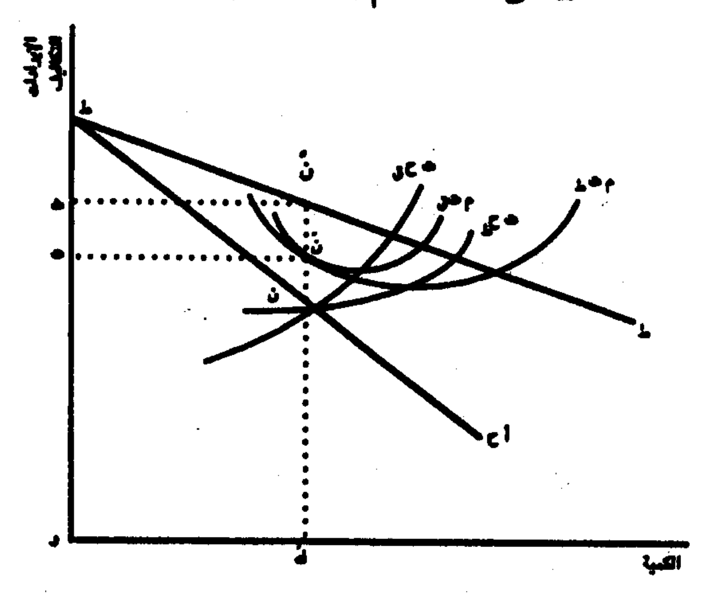
ويتحقق توازن المنشآت فى الأجل الطويل عندما يتعادل الإيراد الحدى (أ ح) مع التكلفة الحدية فى الأجل القصير والأجل الطويل (ت ح ق = ت ح ط) ، أى أن شرط التوازن يكون

[(أ ح) = (ت ح ق = ت ح ط)]

وسيكون حجم الطاقة الإنتاجية (حجم المشروع) الذى تختاره المنشأة ، هو الحجم المقابل لمنحنى التكلفة المتوسطة قصيرة الأجل (م = ق) الذى يمس منحنى التكلفة المتوسطة طويلة الأجل (م ت ط) عند التوازن. ويمكن أن يكون حجم المشروع فى هذه الحالة أقل من الحجم الأمثل للمشروع وقد يكون أكبر من أو يساويه. ويمكن توضيح ذلك من تحليل الشكل (٣-١٥).

شكل رقم (٣-١٥)

توازن المنشأة فى الأجل الطويل فى سوق المنافسة الاحتكارية فى حالة انعدام إمكانية دخول منشآت جديدة



٣-٢ : تعديلات الأجل الطويل فى حالة توافر إمكانية دخول منشآت جديدة :

وتعتبر هذه الحالة شائعة فى أسواق المنافسة الاحتكارية ، حيث تكون حرية الدخول إلى السوق أو الخروج منها متاحة بدرجة عالية نسبياً. ولعل أشهر الأمثلة على ذلك مجال بقالة التجزئة والسوبر ماركت، حيث تنخفض حجم الاستثمارات الأولية اللازمة لإنشاء هذه المشروعات، وتقل القيود القانونية على إنشائها.

٣-٢-١ : تأثير دخول أو خروج بعض المنشآت على منحنى الطلب:

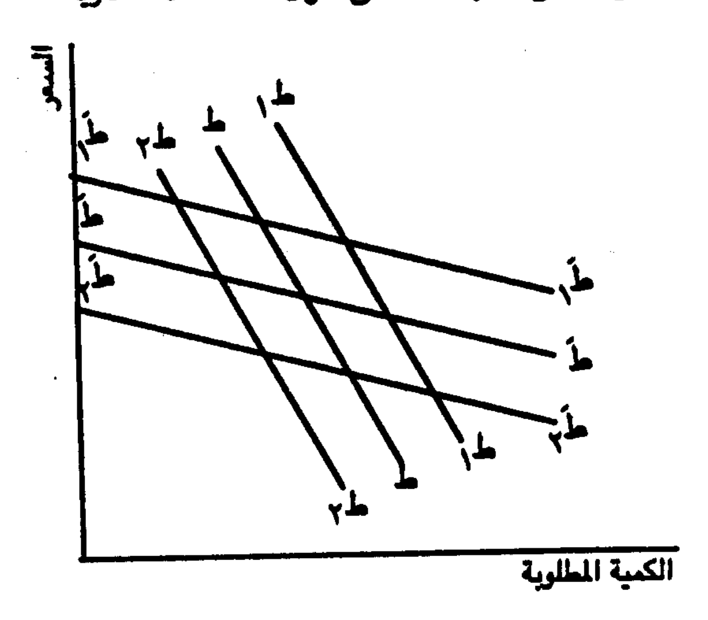
نفترض أنه فى الأجل القصير تم تقسيم طلب السوق على المنشآت العاملة فى السوق ليصبح 'منحنى طلب حصة السوق' للمنشأة (ط ط) ، فإذا كان هذا الطلب يحقق أرباحاً اقتصادية للمنشأة ، فإنه يغرى على دخول منشآت جديدة إلى السوق، وإذا كان هذا الطلب يحقق خسائر للمنشأة فإن ذلك يدفع بعض المنشآت وللخروج من السوق.

سيترتب على دخول بعض المنشآت الجديدة إلى السوق أن يتم تقسيم طلب السوق على عددا أكبر من المنشآت الفردية ، وبالتالى يقل نصيب المنشأة من السوق وينتقل 'منحنى طلب حصة السوق' للمنشأة (ط ط) إلى اليسار ليصبح ($ط_١$ $ط_١$) ، وسيترتب على ذلك انخفاض الأرباح المحققة للمنشآت إلى أن تتلاشى وتتحقق الأرباح العادية فقط، بينما سيترتب على خروج بعض المنشآت من السوق أن يتم تقسيم طلب السوق على عدد أقل من المنشآت الفردية ، وبالتالى يزداد نصيب المنشأة من السوق وينتقل 'منحنى طلب حصة السوق' للمنشأة (ط ط) إلى اليمين ليصبح ($ط_٢$ $ط_٢$) ، وسيؤدى ذلك إلى انخفاض الخسائر المحققة للمنشآت إلى أن تتلاشى، وتحقق الأرباح العادية فقط[١]. وذلك كما يتضح من الشكل (٤-١٥) .

---

(١) يتشابه هذا التحليل مع حالة سوق المنافسة الكاملة ، حيث يؤدي زيادة العرض في السوق (نتيجة دخول منشآت جديدة) إلي انتقال منحنيات الطلب الفردية التي تواجهها المنشآت إلي اليسار. بينما يؤدي نقص العرض (بسبب خروج منشآت قائمة) إلي انتقال منحنيات الطلب الفردية التي تواجهها المنشآت جهة اليمين.

شكل رقم (٤-١٥)
تأثير دخول أو خروج منشآت جديدة
على منحنى طلب المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية



٣-٢-٢ : تأثير دخول منشآت جديدة على تكاليف الإنتاج :

يؤثر دخول منشآت جديدة إلى السوق على التكاليف سواء للمنشآت القائمة أو المنشآت الجديدة ، مما يؤدى إلى انتقال منحنيات التكاليف عن مواضعها الأصلية . وذلك بسبب زيادة الطلب على الموارد الاقتصادية ومدخلات الإنتاج . وفى سوق المنافسة الاحتكارية يمكن تقسيم الصناعات (كما تم فى المنافسة الكاملة) إلى صناعات ذات تكاليف متزايدة ، وصناعات ذات تكاليف متناقصة ، وصناعات ذات تكاليف ثابتة[1].

فإذا كانت الصناعة ذات تكاليف متزايدة ، ،سيؤدى دخول منشآت جديدة إلى زيادة أسعار الموارد، ومن ثم ترتفع التكاليف، وتنتقل منحنيات التكاليف إلى أعلى بالنسبة للمنشآت الأصلية والمنشآت الجديدة .

---

(١) سبق تناول الصناعات في تحليل تفصيلي وفقاً لهذا التقسيم ، عند تناول تعديلات الأجل الطويل في سوق المنافسة الكاملة ، في الفصل الثاني من هذا الكتاب.

وإذا كانت الصناعة ذات تكاليف ثابتة ، فلن يترتب على دخول منشآت جديدة أى تغير فى التكاليف لأن أسعار الموارد لن تتغير، ومن ثم فلن يحدث أى تأثير لمنحنيات التكاليف وتظل فى موضعها دون تغير.

وإذا كانت الصناعة ذات تكاليف متناقصة ، سيؤدى دخول منشآت جديدة إلى انخفاض أسعار الموارد، ومن ثم تنخفض التكاليف أو تنتقل منحنيات التكاليف إلى أسفل. وهذه الحالة نادرة الحدوث.

وسيتم تحليل توازن المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية فى حالة إمكانية دخول منشآت جديدة ، على أساس أن الصناعة ذات تكاليف متزايدة حيث تكون معظم الصناعات التى تعمل فى ظروف المنافسة الاحتكارية أقرب لهذا الافتراض.

٣-٢-٣ : توازن المنشأة فى الأجل الطويل فى حالة توافر إمكانية دخول منشآت جديدة :

كما سبق القول فإن حجم المنشأة الفردية فى سوق المنافسة الاحتكارية يكون صغيراً بحيث لاتستطيع منع دخول منشآت جديدة إلى السوق، فيؤدى تحقق الأرباح الاقتصادية (غير العادية) إلى اجتذاب منشآت جديدة لدخول السوق، لتستحوذ على جزء من أنصبة المنشآت القائمة من السوق، فينتقل منحنى 'طلب نصيب السوق' للمنشأة (ط ط) إلى أسفل، ويتبعه فى ذلك منحنى الطلب (طَ طَ) ومنحنى الإيراد الحدى (أ ح) . ويترتب على زيادة عدد المنشآت المنتجة للمجموعة السلعية زيادة العرض الكلى من هذه المجموعة فى السوق، مما يدفع المنشآت الفردية إلى تخفيض أسعار البيع.

وبافتراض أن الصناعة تمر بظروف التكاليف المتزايدة، فسيترتب على دخول منشآت جديدة انتقال منحنيات التكاليف إلى أعلى.

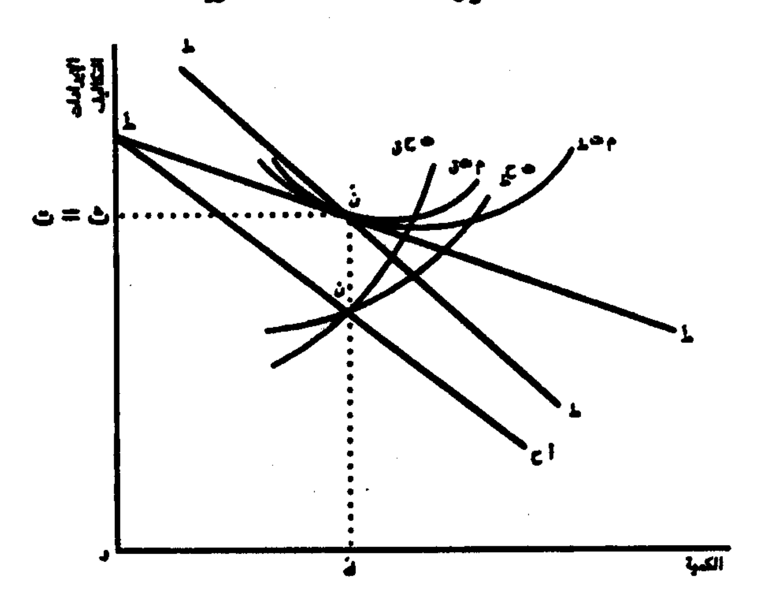
وسيؤدى انتقال منحنى الطلب على مُنتَج المنشأة الفردية (ط ط) و (طَ طَ) إلى أسفل وانتقال منحنيات التكاليف قصيرة الأجل وطويلة الأجل إلى أعلى إلى تناقص

الأرباح الاقتصادية إلى أن تتلاشى تلك الأرباح مع استمرار دخول المنشآت الجديدة ، عندئذ سيتوقف دخول المنشآت الجديدة، وتحقق المنشآت الأرباح العادية فقط.

ويوضح الشكل (٥-١٥) كيفية تحقق التوازن فى الأجل الطويل لمنشأة تعمل فى سوق المنافسة الاحتكارية فى صناعة ذات تكاليف متزايدة .

شكل رقم (٥-١٥)

التوازن فى الأجل الطويل لمنشأة تعمل فى صناعة ذات تكاليف متزايدة تحت شروف المنافسة الاحتكارية



يتحقق توازن المنشأة فى الأجلين القصير والطويل عندما يتعادل الإيراد الحدى (أ ح) مع التكلفة الحدية قصيرة الأجل والتكلفة الحدية طويلة الأجل (ت ح ق = ت ح ط) وذلك عند النقطة (ن) ، وذلك عند حجم الإنتاج (و ك) وعند سعر البيع (و ث) ويلاحظ أن السعر (و ث) يعادل التكلفة المتوسطة قصيرة الأجل والتكلفة المتوسطة طويلة الأجل عند حجم الإنتاج (و ك) ، حيث يمس منحنى الطلب (طَ طَ) نفس النقطة التى يمس فيها منحنى (م ت ق) منحنى (م ت ط) . وطالما أن السعر يعادل التكلفة المتوسطة فإن المنشأة تحقق الأرباح العادية فقط.

ويكون حـجم المشـروع التوازنى لهـذا المنشـأة حـجم الحجم الـذى يمثله منحنى متوسط التكلفـة قصيرة الأجل (م ت ق)، ويلاحظ أنه حـجم يقل عن الحجم الأمثل للمشروع. وتحت هذه الظروف تكون الصناعة فى حالة توازن حيث لاتحقق أية منشأة فردية أية أرباح اقتصادية كما لاتتـحمل أية خسائر. وعندئذ لايوجد أى دافع لدخول منشآت جديدة أو خروج منشآت من الصناعة.

٣-٣ : الطاقات العاطلة فى المنشآت فى الآجل الطويل :

اتضح من تحليل الشكل (٥-١٥) أن توازن المنشـأة فى الأجل الطويل فى سوق المنافسة الاحـتكارية فى حالة حرية دخول منشـآت جديدة يتحقق عند مسـتوى إنتاج أقل من الحـجم الأمثـل للإنتاج، وأن حـجم المشـروع التوازنى أيـضاً أقل من حـجم المشروع الأمثل. وسيترتب على ذلك نتيجتان :

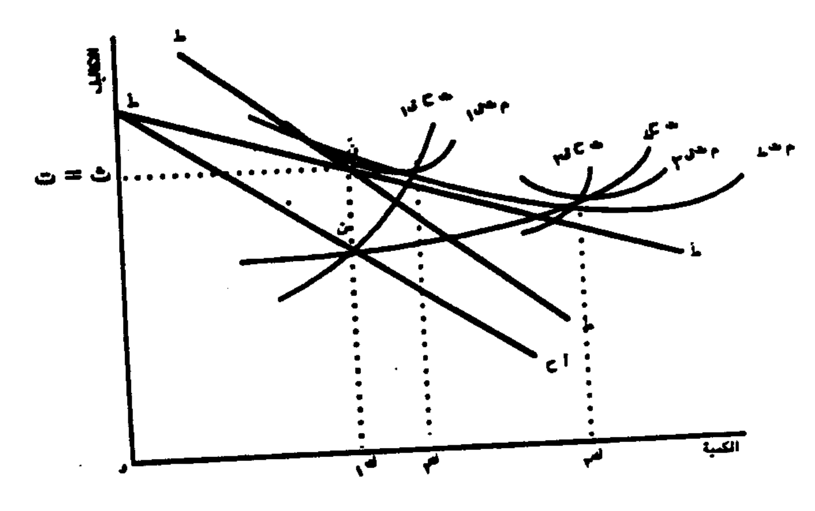
- أن المنشأة لن تسـتخدم الـطاقة الفعليـة للمشروع عند أعـلى مسـتوى من الكفاءة (الحجم الأمثل للمشروع).
- أن المنشآت ستضطر إلى بناء مشروعات ذات حجم صغير جداً.

ويوضح الشكل (٦-١٥) هذين المظهرين للطاقات العاطلة، على النحو التالى:

شكل رقم (٦-١٥)

الطاقات العاطلة فى المنشأة والصناعة فى الأجل الطويل

فى سوق المنافسة الاحتكارية



يلاحظ أن توازن المنشـأة فى الأجل الطويل قد تحـقق عند حجم الإنـتاج (و ك$_{١}$) حيث (أح = ت ح ق = ت ح ط) ، وأن هذا الحجم يقل عن الحجم الأمثل للإنتاج (و ك$_{٢}$) ، ويمثل الفـرق بينها الطاقة الـعاطلة (ك$_{١}$ ك$_{٢}$) . وذلك فى ضوء حـجم المشروع الذى تعمل المنشأة به بالفعل.

ولما كـان الحجـم الأمثل للمـشـروع هو ذلك الحـجم الذى يصل فـيه مـتـوسط التكلفة فى الأجل القصير ومتـوسط التكلفة فى الأجل الطويل إلى أدنى قيمة ممكنة ، ويتحقق ذلك عند حجم الإنتاج (و ك $_{٣}$) ويمثل هذا الحجم المستوى الأمثل اجـتماعياً عندما تسود ظروف المنافسـة الكاملة . ويمثل الفرق بين حجم الإنتاج (و ك $_{٣}$) وحجم الإنتاج (و ك$_{١}$) الإنتاج الضـائع نتيجـة عدم إنشاء الحـجم الأمثل للمـشروع، ويطلق على هذا الفرق (ك$_{١}$ ك$_{٣}$) الطاقة العاطلة السالبة .

ويمكن الخروج هنا بعدة ملاحظات حول الطاقات العاطلة :

١) كلما انخـفض ميل منحنى الطلب (طَ طَ) (زادت مـرونة الطلب) ، ليقـترب من منحنى الطلب تام المرونة كلما تناقصت الطاقات العاطلة .

٢) كلمـا قلت درجة تميـز المنتجـات (لتصـبح أقرب حـالة تجانس المُنتَّج فـى سوق المنافسة الكاملة) كلمـا تناقصت الطاقات العاطلة ، بينمـا تزايد الطاقات العاطلة كلما زادت درجة تمييز المنتجات.

٣) كلما كـان الدخول للصناعـة مقيـداً ، ستحـاول المنشآت زيادة أحجـام المشروع لتقترب من الحجم الأمثل للمشروع، وبالتالى تتناقص الطاقات العاطلة .

ولكن طالما كـان الدخول إلى السـوق مفتـوحاً فى أسـواق المنافسة الاحـتكارية ستظل مشكلة الطاقات العاطلة قائمة باستمـرار، لأن كل منشأة ستبنى أحجام صغيرة للمـشروعـات، ومن ثم سيكون عـدد المنشآت المتـواجـدة فى السـوق، أكثـر مما هو مرغوب فيه، وستعانى جميع تلك المنشـآت من وجود الطاقات العاطلة ، لأنها جميعاً ستنتج عند أحجام أقل من الحجم الأمثل للمشروع.

الاستراتيجيات التنافسية الكبرى فى أسواق المنافسة الاحتكارية"

يمكن عرض حصر للاستراتيجيات التى يمكن للمنشأة إتباعها لتقوية مركزها التنافسى فى السوق و/ أو إضعاف المراكز التنافسية لمشروعات آخرى منافسة فى السوق، ويمكن تقسيم هذه الاستراتيجيات التنافسية إلى ثلاث مجموعات :

- استراتيجات زيادة النصيب السوقى.
- استراتيجيات التكامل.
- استراتيجيات التنويع المتجمع.

أولاً : استراتيجيات زيادة نصيب السوق والوضع التنافسى :

أ- حاول زيادة التغلغل فى السوق بزيادة استخدام المنتجات الحالية فى الأسواق الحالية :

١- حاول زيادة استخدام العملاء للمنتج :
- حاول بيع وحدات أكثر للعملاء الحاليين.
- حاول تقليل الوقت الذى يستغرقه المنتج ليصبح قديماً.
- حاول خلق وإعلان استخدامات جديدة للمنتج .
- قدم حوافز سعرية لزيادة الاستخدام.

٢- حاول جذب المشترين بعيداً عن المشروعات المنافسة :
- حاول زيادة جهود الترويج والبيع.
- حاول تحقيق تمايز واضح للمنتج (العلامة) .
- قدم تخفيضات فى الأسعار.

٣- حاول جذب من لايستخدمون المنتج لاستخدامه :
- شجع استخدام التجربة من خلال العينات المجانية ، كوبونات التخفيض، وعروض الأسعار الأولية المنخفضة لأوائل المشترين.
- حاول خلق وإعلان استخدامات جديدة .

ب- انتقل إلى فتح أسواق جديدة للمنتجات الحالية :

١- توسع إقليمياً ، وطنياً ، أو دولياً فى مناطق جغرافية جديدة .

٢- وسع نطاق المنتجات فى أجزاء جديدة من السوق :

- أدخل نماذج جديدة من المنتج تلائم الطبقات الجديدة من المشترين.
- أعلن فى أنواع أخرى من وسائل الإعلام.
- وزع المنتج من خلال قنوات توزيع تجارية أخرى.

جـ- طور منتجات جديدة للأسواق الحالية :

١- طور خصائص جديدة للمنتجات الحالية :

- عدل (بناءً على اللون، الحركة ، الصوت، الرائحة) ، النمط، أو الشكل.
- كبر (بناءً على الأقوى، الأسمك ، الأطول، أو القيمة الزائدة) .
- صغر (بناءء على الأقصر، الأصغر، أو الأخف).
- بدل المكونات أو توليفات الأداء.
- أعد ترتيب التصميمات، المكونات، أو الخيارات غير المعيارية .

٢- طور أشكال الجودة .

٣- أضف نماذج وأحجام جديدة .

ثانياً : استراتيجيات التكامل :

أ- التكامل الرأسى :

١- تكامل خلفياً وادخل فى أعمال الموردين (حول مراكز التكلفة إلى مراكز ربح) .

٢- تكامل أمامياً فى المرحلة الصناعية التالية أو فى التوزيع لضمان استقرار الوصول إلى السوق.

ب- التكامل الأفقى :

١- انتقل إلى مناطق جغرافية جديدة ، منتجات جديدة ، أو إلى أنشطة جديدة لتسيطر عليها.

- المعرفة الفنية أو تكنولوجيا الشركة .
- مكاسب زيادة الانتفاع بالمنشأة .
- صورة الشركة وحسن النية الكامنة فى خطوط الإنتاج الأخرى.
- فرص السوق المتاحة أمام المنتجات ذات الصلة .
- وجود 'مجال إضافى' فى قنوات الشركة أو قدرة قوة البيع.

جـ- التنويع المركزى :

١- أدخل فى أعمال جديدة ترتبط بالعمل الحالى للمشروع من حيث قاعدة العملاء، التكنولوجيا، أو قنوات التوزيع .

ثالثاً: استراتيجيات التنويع المتجمع أو الشامل :

أ- أدخل فى أعمال جديدة لاترتبط بالأسواق الحالية ، أو التكنولوجيا، أو العملاء، أو قنوات التوزيع الحالية .

١- أحصل على أى مشروع فى أى نشاط طالما أن فرص الأرباح المتوقعة تساوى أو تزيد عن الحد الأدنى لمشروعك الحالى .

٢- حاول تحقيق الاندماج بين مشروع غنى نقدياً وفرصه ضعيفة، وشركة فقيرة نقدياً وغنية بالفرص.

٣- حاول دمج مشروع غنى بالمهارات وفقير الفرص فى شركة فقيرة المهارات وغنية بالفرص.

٤- أبحث عن شركات رابحة ذات نظام مبيعات مضاد للدورات والمواسم بحيث تخفف تقلبات المبيعات والأرباح .

ويوضح الحصر السابق الأساليب التى يمكن أن يتبعها المشروع لينمو وينافس أو يقوى وضعه فى السوق. ومن الضرورى أن نلاحظ أن المشروعات متعددة المنتجات والأسواق غالباً ما يكون لديها الفرصة والموارد لتنفيذ العديد من هذه

الاستراتيجيات التنافسية فى نفس الوقت، بحيث تكسب فى المنافسة مع المشروعات الصغيرة . وبالرغم من أن المشروعات التنظيمية تستطيع أحياناً تحقيق كفاءة إنتاج المشروعات الكبيرة (حيث التكنولوجيا ليست معقدة أو واسعة النطاق، وحيث التكاليف الحدية للإنتاج ثابتة لعدد كبير من المنتجات) فإنها لاتزال مضطرة لمجاراة المشروعات الكبيرة المتنوعة من حيث القدرة التنظيمية العامة ، خاصة فيما يتعلق بإجمالى جهود السوق، والإنجازات التكنولوجية وتكنولوجيا الإدارة . ومع ذلك ، نجد أن هذه العناصر حاسمة للمنافسة الناجحة فى الآجل الطويل خاصة فى اقتصاد غنى متقدم تكنولوجياً، حيث يعتمد نجاح المشروع على اكتشاف الحاجات وإشباعها، وليس مجرد إنتاج المنتجات وبيعها.

الفصل السادس عشر
الأهداف البديلة لهدف تعظيم أرباح المنشأة

كانت المنشأة تعتبر هدف تعظيم الربح هدفاً وحيداً لنشاطها وقراراتها الإنتاجية والاستثمارية ، ولازالت العديد من المنشآت تسعى لتحقيق هذا الهدف كهدف وحيد، ولقد ظل الاقتصاديون والمديرين ومحاسبى التكاليف حتى وقت قريب يحللون سلوك المنشآت على هذا الأساس. ولكن فى الوقت الحاضر ومنذ فترة ليست بعيدة ظهرت أهداف بديلة لهدف تعظيم الربح لتمثل أهداف حاكمة لسلوك المنشآت، وإن كانت هذه الأهداف البديلة لم تلغى هدف الربح عموماً لأن هدف الربح يظل هو الدافع لسلوك المنشأة ، ولكن الأهداف البديلة تلغى هدف الربح الأقصى Maximization of Profit لتتمكن من تحقيق الأهداف البديلة التى تعطيها المنشأة تقييماً مادياً ومعنوياً قد يفوق هدف تعظيم الربح.

ولقد استتبع هذا التغيير فى مفهوم أهداف الربحية للمنشأة تغيير فى سياسات التسعير التى تتبعها المنشأة ، لتظهر سياسات تسعيرية بديلة لسياسة التسعير لتعظيم الربح . ويمكن استعراض تلك الأهداف البديلة من خلال التسلسل التالى :

١ : بدائل هدف تعظيم الربح :

دفع عدم الرضا عن تعظيم الربح كأساس وحيد لدافع سلوك المشروعات المهتمين بسلوك الإنتاج والاستثمار فى الشركات فى الوقت الحاضر إلى اقتراح عدد من الأهداف البديلة، حيث تقدم هذه البدائل أساساً أكثر واقعية لتفسير سلوك المشروع والتنبؤ به، وخاصة المشروعات كبيرة الحجم .

١-١ : هدف الربح المُرضى Satisfactory :

قد تهدف المشروعات إلى تحقيق معدل مُرضى للربح ، وليس تحقيق أقصى ربح، أى أن المشروعات تحاول تحقيق معدل مرضى وليس تعظيم الربح ، فيما يتعلق

بأهداف الربحية . ويعتمد هذا المفهوم على أساس أن متخذى القرارات الإدارية يقتنعون بتحقيق استراتيجيات عملية ومرضية ، بدلاً من تبديد الوقت والجهد فى وضع أفضل استراتيجية[1].

ويعتبر أنصار الرضا بالواقع المؤسسة الحديثة تتطلع لتحقيق أرباح مستقبلية تماثل أو تزيد عن الأرباح الحالية . وعند مواجهة قرار يتعلق بالربحية ، يعتمد مديروا الشركات على تجاربهم السابقة ، وتقاليد اتخاذ القرار، وأية معلومات متاحة لاختيار أحد البدائل الموجودة التى يتوقع أن تحقق تياراً مقبولاً من الأرباح . ولكن يقال إن متخذى القرار لايحاولون تحديد كل البدائل المتاحة أثناء البحث عن أكثر البدائل ربحية ، وذلك لأن عملية البحث عن البديل الأمثل عادة ما تكون معقدة جداً وتستغرق وقتاً طويلاً ، وذلك فى ظل عدم اليقين فى السوق وقصور المعلومات الخاصة بالطلب والتكاليف والاستجابات التنافسية من المشروعات المنافسة ، والأوضاع الاقتصادية المستقبلية .

وبالإضافة إلى اعتبارات عدم التأكد، هناك أيضاً مبرر آخر لسلوك الاكتفاء بالواقع من جانب مديرى الشركات. وترى نظرية الشركات المعاصرة أن الإدارة تمثل أمناء المنظمة الذين يتحملون المسئولية تجاه المساهمين والعاملين والعملاء والدائنين والموردين والمجتمع المحلى والحكومة والمجتمع بصفة عامة . ويقال إنه يجب على المديرين التنفيذين أن يبحثوا عن التوازن بين مطالب المساهمين فى الأرباح الموزعة

---

(١) وهنا يقول Herbert Simon ، إن نظرية الإدارة هى بالتحديد نظرية العقلانية المقصودة الملتزمة لسلوك البشر الذين يقتنعون بأنه ليس لديهم فرص التعظيم. فمن الناحية العملية ، نجد أن البحث عن المسار الأمثل للعمل فى كل قرار (وهى عملية ضرورية للتعظيم) يعتبر أمراً صعباً ومكلفاً . وبباسطة يمكن القول إن طبيعة الإنسان لاتتمسك بالتعظيم، فمن الأسهل أن نبحث عن حلول "مُرضية" للمشاكل ، بدلاً من البحث عن الحلول المثلى. وطبقاً لأصحاب نظرية قبول الواقع، تدفع هذه الاعتبارات الإدارة إلى تبنى محاولة حل التناقضات التنظيمية والمطالب المتنافسة بقدر الإمكان لتحقيق رفاهية كل المجموعات التى لها علاقة بالمنظمة .

وارتفـاع أسـعار الأسـهم ، ومطالـب العاملـين فى ارتفاع الأجـور وزيادة الضـمـان الاقتصادى، وضغـوط المستهلكين للحصول على أسعار أقل ومنتجات أكثر جودة ، ومطالب تجـار التجـزئة فى هوامش الربح المربحـة . ومطالب الموردين فى اتفـاقيـات الشراء الأكثر استقراراً ، وإصرار الجمهور على نظافة البيئة ، وكل ذلك فى إطار بناء ومقبول لدى المجتمع.

وبالإضافة إلى ذلك ، نجـد داخل المجموعة الإدارية ذاتها عدداً كـبيراً من الأفراد فى الإدارة الوسطى وفى الإدارة العليا يمثلون مواقع هامـة فى اتخاذ القرارات ووضـع السيـاسـات ، وبعض هؤلاء الأفراد لهم مـصـالح مـسـتقـرة فى الإنتاج ، المبـيعـات، العـلاقات الشـخصـية ، التـمويل، أو البـحـث والتطوير، وبالتـالى يكونون تحالفـات للدفاع عن مصالحـهم . وعلى سبيل المثال، يميل مديرو الإنتاج (والعـاملين فيه أيضـاً) إلى ممارسة الضغـوط التنظيمية لتحـقيق استقرار العـمالة ، وسهولة مواعـيد الإنتاج ، معاييـر مقبولة للتكلفة ، وتوسع الناتج . ويركـز قسم البيع والذين يعتبـرون التسويق جوهرياً لنجاح المشروع على أهمـية كفاءة المبيعات - خاصة حـجم المبيعات ونصيب المشروع من السوق. وبالطبع ستقوم تحالفات المصالح الأخرى فى الشركة بالضغط لتحقيق أهداف تتعلق بارتفاع الأجور والمرتبات، تحسين السيطرة على المخزون، زيادة الأرباح الموزعة ، زيادة المعـاشات، تحسين تأثيث المكاتب، زيادة حسـابات المصاريف، زيادة المكانة والسلطة فى اتخاذ القرار، زيادة السيولة المالية ، التفوق التكنولوجى، إلخ . وفى العديد من الجوانب نجد أن المنظمة ذاتها والأهداف التنظيمية ليست قاطعة تماماً فى تحديد سلوك السوق : إذ أن ما تفعله المنظمة فعلاً يتحدد جزئياً بحقيقة أن متخذى القرار الأفراد داخل المنظمة يحـاولون تحقيق مصالحهم وتعظيم منافـعهم مع الخضوع للقيود التى يفرضها الهيكل التنظيمى القائم.

وهكذا تواجه المؤسسة الكبيرة العديد من مراكز القوى ذات الأهداف المتناقضة . وتقـوم الإدارة العليـا بوظيـفـة السـيطرة عـلى عـدد من المكونات المتنوعـة . وطبـقـاً

لأصحاب نظريات الرضا بالواقع، يؤدى هذا إلى تحويل أهداف وقرارات المؤسسة إلى نوع من السياسات والموازنات والحلول الوسط ، وفى مثل هذه الظروف لايمكن تعظيم الرفاهية النقدية للمساهمين ، لأن تعظيم الأرباح يكون مقيداً بمتطلبات تحقيق المطالب المتنافسة للأطراف الأخرى . ولايحظى أى مركز قوة ، بمن فيهم المساهمون المتغيبون الذين لايعرفون عن المنظمة أكثر مما يحتويه التقرير السنوى، بالدعم التنظيمى المطلوب لفرض أهدافهم على الآخرين ، وبالتالى تعظيم تحقيقه . ونتيجة لذلك يصبح سلوك قبول الواقع بمثابة القاعدة وليس الاستثناء، ويتجسد هذا فى معايير الأداء مثل البحث عن تحقيق الأرباح المرضية ، والحصول على أسعار عادلة ، والحصول على نصيب مرضى من السوق، وتحقيق النمو بمعدل مقبول، أى أن تحقيق الممكن وقبوله يشجع مديرى المؤسسات على تبنى سياسات واستراتيجيات تجعل المؤسسات تستجيب ولو جزئياً لكل مكوناتها[1] وللمجتمع ككل.

١ - ٢ : هدف تعظيم العائد : Revenue Maximization :

يعتبر تعظيم العائد المقيد بديلاً آخر لتعظيم الأرباح . وهنا يقال إنه بمجرد أن تصل الأرباح إلى مستويات مقبولة تبدأ المؤسسات الكبيرة فى الاهتمام بزيادة المبيعات عن زيادة الأرباح . وتنتقل هذه المؤسسات إلى الاهتمام بعائد المبيعات بسبب دوره كمجال رئيسى لأداء الأعمال. حيث يعكس عائد المبيعات قبول المستهلكين لمنتجات المشروع، وقدرته التنافسية فى السوق، والنمو - حيث تدل كل هذه المتغيرات على حيوية المشروع. ويؤدى انخفاض المبيعات إلى فقدان أى وضع تنافسى يحققه المشروع فى السوق، وإلى ضعف قدرته على الاستجابة الفعالة للضغوط التنافسية . وتصبح هذه المشروعات معرضة للتدهور فى الوضع العام لأعمالها، وأخيراً ، فإن الاهتمام الإدارى الذاتى يؤدى إلى استراتيجية توسعية

---

(١) يقصد بمكونات المنشأة جميع الأطراف المكونة للمنشأة من مساهمين، ومجلس إدارة، ومديرين ، وعاملين، بل وقد يتعدي الأمر هؤلاء ليشمل مجموعات موردي مستلزمات الإنتاج ....

للمبيعات لأن مرتبات التنفيذيين تكون أكثر ارتباطاً بنطاق عمليات المشروع أكثر من ارتباطها بالربحية .

ومع ذلك ، يسير تعظيم العائد مع ملاحظة الأرباح فى نفس الوقت، إذ يجب أن تظل الأرباح مرتفعة بما يكفى لرضا المساهمين والمساعدة على تمويل توسع المبيعات والناتج . ويمكن الحصول على أموال للتوسع داخلياً من المتحصلات المحتجزة ، أو خارجياً من إصدار أسهم جديدة والاقتراض. ومع ذلك ، تعتمد رغبة المصرفيين والمستثمرين فى تزويد المشروع برأس المال النقدى على حجم حصيلة المشروع - فكلما زادت الأرباح الحالية والمتوقعة ، كلما زادت الأموال التى يستطيع المشروع جذبها من سوق رأس المال. وهكذا فإنه بينما يكون المشروع مدفوعاً لبيع المزيد من الناتج ، وزيادة عوائد المبيعات إلى مستويات جديدة ، نجد أنه يكون مقيداً فى مجال تعظيم العائد بقدر الإضرار بالأرباح ، ولايستطيع المشروع الحصول على الأموال التى يحتاجها للنمو والتوسع المستمر فى الأسواق الجديدة .

١-٣ : أهداف نصيب السوق Market Share Goals :

تعترف مشروعات عديدة بأن لها أهداف تتعلق بكفاءة المبيعات ونصيبها من السوق. ومن الواضح أن الوضع السوقى الجيد يمكن أن يمثل أصلاً قيماً - ليس فقط لأن التواجد على القمة أو قريباً منها يمثل موقعاً حيوياً يجب الدفاع عنه ، ولكن لأنه يعكس قدرة المشروع على المنافسة الفعالة والتكيف مع عدم التأكد فى السوق. ومع ذلك ، يتضح أن تحقيق وضع سوقى قوى يساند تحقيق أهداف الأرباح والمبيعات ، إذ أن النصيب الكبير من السوق ليس مهماً فى حد ذاته .

ولهذا السبب لايحتمل أن يكون نصيب السوق الهدف الأساسى للمشروع. ففى الحقيقة يمكن أن تؤدى المتابعة المستميتة لزيادة نصيب السوق إلى تهديد الربحية . وكذلك فإن السعى الناجح جداً لتحقيق نصيب سوقى مستمر قد يحقق سيطرة على السوق يمكن أن تستدعى أعمالاً ضد الثقة.

١-٤ : أهداف الاستمرار طويل الأجل :

يقول بعض الاقتصاديين إن المشروعات التجارية ، مثل معظم الأفراد والمنظمات الأخرى، لديها غريزة قوية ودافع للاستمرار. بل يقال إن الدافع للاستمرار أهم من دافع الربح ، وذلك لأن المشروع يستطيع تعظيم أرباحه ومع ذلك قد لا يستطيع الاستمرار. إذ إن التدفق النقدى غير المناسب، وانكماش السوق، واستيلاء المشروعات المتوسعة على المشروعات المنكمشة ، قد يؤدى إلى نهاية المشروع حتى بالنسبة للمشروعات المربحة . ويرى هؤلاء الاقتصاديون إن المبيعات والأرباح ونصيب السوق الأكبر قد تكون مناسبة لأنها تساهم فى استمرار وحيوية المشروع فى الأجل الطويل. وهكذا يقال إن أهداف الحياة تحظى بأولوية على الأهداف الأخرى، خاصة فى أوقات الضغوط.

وتعتبر أهمية الاستمرار فى الأجل الطويل واضحة . ولكنه كهدف لا يساعد فى التنبؤ وتفسير سلوك الأعمال. فعند أية نقطة زمنية يوجد العديد من الطرق للاستمرار، وهكذا فإن اختيار أحد العوامل يعتمد بالضرورة على العوامل الأخرى. وبمجرد ضمان الاستمرار فى الأجل القريب، تظهر أهداف أخرى تدفع القرارات الإدارية ، وتتمثل الأهمية المبدئية لهدف الاستمرار فى أنه يمثل شرطاً مسبقاً لتحقيق أهداف أخرى. ولكن ملاءمته لتفسير السلوك تقتصر على الحالات التى يكون فيها وضع المشروع حرجاً جداً بما يتطلب توجيه كل الجهود من أجل المرور من فترة الأزمة الراهنة .

١-٥ : أهداف النمو والتوسع :

تهتم المشروعات التجارية عادة بالمخاطر التنظيمية الناتجة عن الركود والحاجة إلى ترقب اقتناص الفرص الجديدة . فبمرور الوقت تفقد أنشطة المشروعات الحالية قدرتها على الاستمرار، من خلال التغير فى أذواق المستهلكين، والتغيرات الفنية ، وظهور السلع الأفضل، وزيادة المنافسة من الداخل والخارج ، والنمو فى القوة

السوقية للموردين والعملاء. والشركة التى لاتبتكر وتنمو ستجد نفسها تدير خط إنتاج متهالك . وبالرغم من أن الشركة قد تقرر الحفاظ على الوضع القائم وتحول مدخلات المشروع تدريجياً من الأنشطة المتقلصة إلى الأنشطة المتوسعة ، يمكن أن تظهر الأرباح قدراً قليلاً من الحركة ، ويحتمل أن يتباطأ التقدم فى تحقيق الأهداف الأخرى للمشروع. وليس هناك مشروعات كثيرة ترغب فى السباحة بمفردها ، إذ إن الشيء الوحيد الأكثر سوءً فى عالم الأعمال من الوضع الراهن هو التدهور.

وبغض النظر عن حقيقة إن النمو يمثل معياراً أساسياً للحكم على الأداء، هناك جوانب عديدة تجعل النمو هدفاً للمشروعات الكبيرة . حيث يتمثل أحد دوافع النمو فى الرغبة فى ضمان الأرباح واستقلالية السوق. ويؤدى النمو من خلال زيادة التغلغل فى السوق إلى تحقيق المشروع لوضع سوقى أكثر قوة وأماناً فى مواجهة المنافسين، والموردين، والعملاء. وبقدر قدرة المشروع على كسب منافسية والسيطرة عليهم ، بقدر زيادة حريته فى الحركة والتأثير على قرارات الصناعة الهامة .

وهناك حافز آخر للنمو يتمثل فى الأمان والاستمرار فى الأجل الطويل. حيث يمثل النمو أقوى دفاع فى مواجهة التنوع. وعندما يمثل الأمان والاستمرار أهدافاً ، يحتمل أن تهتم المؤسسات الكبيرة بالنمو ليس من خلال زيادة السيطرة على الأسواق الرئيسية فقط، بل ومن خلال التنويع أيضاً. حيث يسمح التنويع للمشروعات بالتحرر من الاعتماد الشديد على واحد أو عدد قليل من المنتجات، مما يمثل حائلاً دون التدهور المحتمل لمنتجات مثل الخبز والزبد.

وثالثاً، يسمح النمو والحجم الكبير بتوزيع المخاطر على عدد أكبر من الأنشطة فإذا تقلص سوق أحد المنتجات، أو إحدى مراحل عمليات المشروع، بحيث أصبح غير مربح ، يستطيع المشروع الاستمرار والنمو إعتماداً على قوة الأنشطة الأخرى. وإذا ثبت أن مشروعات البحث والتطوير فى أحد المجالات غير مثمرة ، فإن المشروعات الأخرى قد تكشف عن مجالات أخرى للفرص. وهكذا يساعد النمو

والحجم الكبير المشروعات على مواجهة الأزمات قصيرة الأجل والتغلب على ظروف عدم التأكد.

وبالتالى قد يحتل النمو والتوسع موقعاً متقدماً على جدول أعمال الإدارة. فليس هناك مقياس آخر لنجاح الأعمال يتمتع بنفس القبول العام مثل النمو فى الأجل الطويل - أى زيادة المبيعات وزيادة الإنتاج وزيادة الأرباح . ويعتبر الوعى بالنمو لدى المشروعات الكبيرة ومجتمع الأعمال واضحاً تماماً. إذ أن النمو والتوسع المحقق والمتوقع ، يمثل فكرة تتكرر كثيراً فى التقارير السنوية للشركات الكبيرة ، وتحظى باهتمام كبير فى الصفحات المالية فى الجرائد المخصصة لشئون الأعمال. ويميل المستثمرون والمملون الماليون إلى الحكم على قيمة المشروع ليس من خلال المبيعات والأرباح الحالية ، ولكن بإمكانات النمو. ففى كل الحالات تقريباً، نجد اهتماماً كبيراً بمعدلات نمو المبيعات والأرباح ، أكثر من الاهتمام بالحجم المطلق للمبيعات والأرباح الحالية . فهناك طريق للنمو المستمر أمام المشروعات، فغالباً ما تتطلع إلى الوصول إلى أسواق حية ، وبمجرد وصولها إليها، يحاول العديد منها الوصول إلى المركز الأول. إذ إن الأكبر هو الأفضل.

- وأخيراً ، يوفر النمو والتوسع وسيلة فعالة للسعى لتحقيق أهداف أخرى للشركات. إذ أن استراتيجية النمو قد تتسق تماماً مع تحقيق أرباح أعلى وتوسع المبيعات، والدفاع عن الوضع التنافسى للمشروع وتقويته ، ودفع أرباح موزعة أكبر للمساهمين ، وتحقيق أسعار أعلى للمخزون، واكتساب قدرات تكنولوجية أفضل، وخلق صورة حسنة للشركة .... إلخ .

وبالرغم من أن النمو من أجل النمو فقط لايمثل هدفاً، لايزال هناك اتجاه قوى يرى أن النمو يكمل ويساعد على تحقيق أهداف أخرى. ويكفى هذا وحدة لوضع النمو قريباً من قمة قائمة أولويات أهداف الشركات.

٦-١ : أهداف الأمان، الاستقلالية ، والنمو Security, Autonomy, and Growth:

يفترض الأستاذ Galbraith فى مؤلفه The New Industrial State وجود مدرج هرمى من الأهداف لدى الشركات المساهمة الكبيرة ، ويرى أن القوة الموجهة للمشروعات الكبيرة لاتقتصر على الأشخاص المرتبطين صراحة بالإدارة (رئيس مجلس الإدارة ، رئيس الشركة ، نواب الرئيسى، ورؤساء الإدارات والأقسام) ، ولكنها تشمل كل الفنيين والمهندسين والعلماء والأخصائيين الذين يتمتعون بمعارف ومواهب وخبرات خاصة فى الشركة . ويقول أيضاً إن قرارات الشركات ليست مجرد ناتج الإدارة العليا، ولكنه ناتج مجموعة من الفرق واللجان والمجموعات التى تضم أفراداً يملكون معلومات هامة تتعلق بالقرار الواجب اتخاذه . ويطلق Galbraith على هذا النظام فى اتخاذ القرار "الهيكل الفنى "Technostructure" .

ويقول أيضاً إن أهداف الهيكل الفنى وبالتالى أهداف المؤسسة تتمثل فى أمنها واستقلالها ومصلحتها الذاتية. ويتمثل الأهتمام الأول لهذا الهيكل فى الحفاظ على الاستقلالية التى تعتمد عليها سلطة اتخاذ القرار، وهذا يعنى أن المشروع يجب أن يكون لديه حد أدنى مضمون من الإيرادات الكافية لتحريره من التدخل الشديد من جانب المساهمين، ومن الحاجة إلى اللجوء إلى المصرفين وغيرهم من الجهات التمويلية التى تطرح أسئلة وتفرض شروطاً على عرض رأس المال، مما يؤثر على استقلالية الهيكل الفنى. ومع ذلك نجد أن آثار الحصيلة المرتفعة والمنخفضة على هذا الهيكل ليست متماثلة . ففى حالة انخفاض العائد أو الخسائر يصبح هذا الهيكل الفنى معرضاً للموثرات الخارجية مما يهدد استقلالة . ولكن بمجرد وصول الأرباح إلى مستوى معين وإظهار اتجاه مضطرد نحو الزيادة ، فإن الأرباح المرتفعة لاتضيف الكثير إلى أمان هذا الهيكل، وتصبح استقلالية مطلقة تقريباً.

وبمجرد تحقيق أمان الأرباح ، يتمثل الاهتمام الرئيسى التالى لدى هذا الهيكل فى تحقيق أكبر معدل ممكن لنمو عائد المبيعات. حيث يفرض هذا الهدف نفسه بشدة

على المصلحة الذاتية للهيكل الفنى، وذلك لأن توسع المبيعات والناتج يعنى توسع الهيكل ذاته فى صورة المزيد من الوظائف والمسئوليات والترقيات وارتفاع المرتبات، ويعتبر النمو أفضل أسلوب للحماية من انكماش أنشطة المشروع. إذ أن أى انكماش فى الناتج يكون مؤلماً ومدمراً للهيكل الفنى، لأنه يتضمن نتائج بغيضة مثل فصل العاملين، إلغاء المشروعات الجديدة ، واحتمال فقدان الاستقلالية .

ويرتبط بهدف نمو الهيكل الفنى تحقيق التفوق التكنولوجى. إذ إن التكنولوجيا المتقدمة تعنى المزيد من الوظائف الأفضل والترقيات بالنسبة للتكنولوجيين. وتعتبر أفضل طريق للنمو، لأن الابتكار يسمح للمشروع بالاحتفاظ بعملائه واكتساب المزيد منهم لمنتجاته الحالية ولفتح أسواق جديدة تماماً لهذه المنتجات. ومع ذلك فإن السعى لتحقيق التفوق التكنولوجى يجب ألا يكون حثيثاً بدرجة تهدد الحد الأدنى فى الأرباح.

ويأتى بعد ذلك فى قائمة أهداف الهيكل الفنى هدف الزيادة المستمرة فى معدل الأرباح الموزعة . ومن الواضح أن هذا الهدف ثانوى، ولكنه يعتبر وسيلة إضافية لدعم استقلالية الهيكل الفنى عن تدخل المساهمين.

وهكذا يرى Galbraith أن المؤسسات الكبيرة لديها هيكل هرمى متميز للأهداف بناءً على رغبة الهيكل الفنى فى خدمة مصالحه الذاتية ، حيث تتمثل الأهداف الأساسية فى ضمان مستوى آمن من الأرباح، وتعظيم معدل النمو المتسق مع تقديم أرباح محتجزة كافية لتمويل التوسع. وتعتبر أهداف التفوق الفنى وزيادة الأرباح الموزعة أهدافاً ثانوية بمعنى أنه لايمكن السعى لتحقيقها على حساب الأهداف الأساسية . وبعد تحقيق كل هذه الغايات إلى حد معقول، يمكن البحث عن تحقيق أهداف أقل أهمية .

١-٧ : الأهداف الشخصية لمديرى الشركات :

يسمح الفصل بين الملكية والإدارة فى الشركات للمديرين التنفيذيين بقدر من

الحرية لتحقيق الأهداف الشخصية. إذ أن بعض الدوافع مثل الشعور بالفخر لزيادة صناعة معينة ، أو رئاسة إمبراطورية تجارية كبيرة ، والرغبة فى الشهرة المهنية فى الدوائر التنفيذية ، والميل إلى التجهيزات المكتبية الفارهة ، والسعى إلى الرواتب الكبيرة قد يحول القرارات الإدارية إلى أهداف أخرى خلاف تعظيم الأرباح .

ويقال أيضاً إن رغبات المديرين فى الحياة السهلة الهادئة والمزيد من وقت الفراغ يخفف دافعهم إلى تعظيم الأرباح ، وذلك لأن المديرين ذوى التفضيلات العادية سيحاولون تعظيم إشباعهم من كلٍ من النقود ووقت الفراغ. حيث لاحظ الأستاذ Fellner الاتجاه لوجود تباين فى عوائد المديرين. فعندما تنهار الاستثمارات الخطرة بصورة سيئة ، يفقد المساهمون أصولهم ويفقد المديرون وظائفهم . ولكن عندما تحقق نتائج جيدة ، قد يحصل المديرون على زيادات فى المرتبات أو حوافز، ولكن عوائدهم لاتتناسب أبداً مع مكاسب المساهمين. وفى مواجهة هذا الخلل، يميل المديرون إلى ترك المشروعات مرتفعة المخاطر/ الأرباح من أجل الأرباح الأكثر ضماناً التى ترتبط بأنشطة منخفضة المخاطر. وهناك ظاهرة مرتبطة بذلك تتمثل فى تفضيل المديرين للأرباح المتزايدة باستمرار على الأرباح شديدة التقلب، حتى إذا كان متوسط الأرباح المتقلبة أعلى من الأرباح المتزايدة باستمرار، وذلك لأن الانخفاض الحاد فى العوائد قد يثير مطالبة المساهمين بتغيير الإدارة ، فى حين أن الزيادة الواضحة فى العوائد قد تثير توقعات المستثمرين للأداء المتكرر والأسئلة المحرجة فى حالة عدم تضاعف المكاسب.

وفى نفس المجال نجد أن الفخر بالعمل، والدافع للابتكار ، والاهتمام الشديد بالتغيرات التكنولوجية ، والرغبة فى إظهار التفوق المهنى قد تؤدى إلى أعمال إدارية تتناقض مع تحقيق أقصى أرباح ممكنة . ويقال إن تحقيق التفوق التكنولوجى وموقع القيادة فى هندسة المُنتَج ، بالرغم من التأثير العكسى على الأرباح ، يحظى بقبول لدى المديرين التنفيذين ذوى الخلفيات الفنية والعلمية ، وللمشروعات المتخصصة فى

الصناعات متقدمة التكنولوجيا حيث يتفق التفوق التكنولوجى تماماً مع احتياجات هؤلاء الأعضاء فى المشروع من المهندسين والأخصائيين الفنيين والعلماء الباحثين . من حيث اهتمامهم بالمحافظة على ريادة المشروع فى المعرفة الفنية وتفوق المُنتَّج ، لأن هذا يعنى وجود فرصة للتكنولوجيين لمواصلة الاهتمام بمصالحهم المفضلة ، بالإضافة إلى توفر فرص التقدم الشخصى فى صورة وظائف أفضل ومرتبات أعلى ومزيد من الترقيات.

١ - ٨ : هدف المسئولية الاجتماعية The Goal of Social Responsibility :

ظهر فى السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً عن حاجة المشروعات، خاصة الشركات الكبيرة ، إلى التصرف بأسلوب مسئول اجتماعياً وتعنى المسئولية الاجتماعية عدة أشياء مثل : وجود عدد من جماعات المصالح المتنوعة الممثلة فى هيكل إدارة المؤسسة وعملية صنع القرار وارتباط المشروع ككل بحاجات المجتمع المتغيرة وموازنة مصالح المساهمين فى مواجهة المصلحة الأكبر للمجتمع ككل وصياغة سياسات وممارسات المنشأة بحيث تشجع الرفاهية العامة للمجتمع بطريقة إيجابية ، وحث المشروعات على المساعدة فى مواجهة الأمراض الاجتماعية للمجتمع مع مراعاة أعمالها المنتظمة ، حيث تتمثل وظيفة المسئولية الاجتماعية فى خلق ضمير مؤسسى تجاه المجتمع.

وتتمثل الفلسفة التى تستند إليها أهداف المسئولية الاجتماعية فى أن مصالح المساهمين فى الأجل الطويل تتحقق بصورة أفضل من خلال سياسات المنشأة التى تساهم فى تطوير المجتمع بحيث يستطيع المشروع أن ينمو بصورة مربحة . ففى الحقيقة يرى البعض أن تحقيق أهداف الأرباح والأهداف الاجتماعية يقوى بعضها بعضاً. إذ أنه يمكن تحقيق الأرباح بأداء وظائف تتطلب منافع اجتماعية أساسية أو ثانوية ، وفى نفس الوقت يمكن تحقيق الأهداف الاجتماعية بصورة أسرع وأكفأ بترتيب القدرة الإنتاجية للمشروعات التجارية من خلال فرصة تحقيق الأرباح وفرض عقوبات قاسية على أنشطة المشروعات التى تعتبر ضارة اجتماعياً.

ويتمثل الأثر النهائى لتبنى أهداف المسئولية الاجتماعية فى الاحتواء على دافع تحقيق أرباح أكبر، حيث يحتمل أن يجعل الاتجاه الإشباعى فى صياغة الأهداف بممارسة إدارية أكثر حيوية وجاذبية . ولكن المسئولية الاجتماعية لاتعنى أبداً أن ربحية المشروع أمر ثانوى، إذ أن تحصيل أرباح مناسبة يعتبر شرطاً مسبقاً لمنح المشروع القدرة التنظيمية والمالية على الاستجابة الأهداف الاجتماعية .

ومع ذلك ، واجه دافع المشروعات التجارية لتصبح مسئولة اجتماعياً مقاومة من كل من رجال الأعمال وجماعات المصالح العامة . حيث لوحظ أن "أعمال الأعمال أعمال : Business of Business ، ويقال إن المديرين التنفيذين للشركات غير مؤهلين ليكونوا مهندسين اجتماعيين ولايناسبهم ولا مشروعاتهم الإضرار بمصالح المساهمين والعمل كأصحاب أعمال خيرية . ولايزال عدد من المشروعات يتبنى أهداف المسئولية الاجتماعية ، وفى معظم المشروعات الأخرى هناك اهتمام واضح بكيفية تأثير سياسات المشروع على المجتمع. ومع ذلك ، فإنهم قد يفعلون ذلك لتقليل فرص التدخل الحكومى - مما يجعل المسئولية الاجتماعية جزءً من استراتيجية تعظيم الأرباح.

٢ : سياسات واهداف التسعير البديلة :

بالإضافة إلى التسعير لتعظيم الأرباح والتسعير لتحقيق عائد مستهدف، اتضح أن المشروعات لاتزال تسعى لتحقيق أهداف سعرية أخرى.

٢-١ : تسعير اختراق السوق Penetration Pricing :

عند تقديم منتجات جديدة و/ أو الانتقال إلى أسواق جغرافية جديدة ، أحياناً ما تضع المشروعات سعراً منخفضاً نسبياً لخلق سوق للمنتَج والحصول على نصيب من هذه السوق. وهناك شروط عديدة تساعد على استخدام هذا الأسلوب فى التسعير منها :

١) عندما يكون الطلب مرناً جداً بالنسبة للسعر ويمكن جذب عدد كبير من العملاء

الجدد بتخفيض السعر ليرتبطوا بالمُنتَج وكلما زادت هذه الرابطة تنخفض مرونة الطلب مما يتيح الفرصة لرفع السعر بعد ذلك.

٢) عندما تكون هناك اقتصاديات نطاق كثيرة ، وتكون هناك حاجة لأحجام المبيعات الكبيرة لتحقيق تكلفة الوحدة الأقل والكفاءة الأقصى.

٣) عندما يحول السعر المنخفض دون دخول مشروعات جديدة أو تطوير منتجات بديلة .

٤) عندما يكون من الضرورى لأسباب تنافسية ونفسية قيادة المشروعات المنافسة والحصول على أكبر نصيب من السوق بأسرع وقت ممكن.

٥) عندما يدخل المشروع فى صناعة ويحتاج إلى تكوين أساس لجذب اهتمام المشروعات العاملة فى الصناعة وتكوين عملاء لمنتجاته.

وبمجرد تحقيق هدف التغلغل فى السوق، يستطيع المشروع الاهتمام بطرق زيادة الربحية ، بما فى ذلك الزيادة التدريجية المخططة فى السعر على فترة زمنية وهكذا يضحى سعر التغلغل بالربحية فى الأجل القصير من أجل أهداف طويلة الأجل (الربحية طويلة الأجل، نمو المبيعات، نصيب السوق،... إلخ) .

٢-٢ : تسعير التدرج Price Shimming :

تحاول المشروعات أحياناً التمتع بمزايا حقيقة أن بعض المشترين يرغبون ويستطيعون دائماً دفع سعر أعلى لأن المنتج يتمتع بقيمة مباشرة كبيرة لديهم لأسباب عديدة . وهنا يتمثل الهدف فى فرض السعر المرتفع الذى يدفعه هؤلاء المشترون ، ثم تخفيض السعر تدريجياً لاكتساب ميزة الوصول إلى أجزاء السوق منخفضة السعر. وفى الواقع يمثل هذا نوعاً من التمييز السعرى 'بمرور الوقت' ، بداية من أقسام المشترين غير المرنة للسعر، ثم ينتقل المشروع بمرور الوقت إلى أقسام السوق الأكثر مرونة للسعر بأسعار أقل تدريجياً (وغالباً ما توجه الأسعار المنخفضة لتقديم نماذج

منخفضة الجودة بحيث لايؤثر هذا على استمرار تحقيق هوامش مرتفعة جداً على النماذج مرتفعة الجودة .

وهذا الأسلوب له مزاياه الاقتصادية والتجارية الواضحة (من وجهة نظر البائعين) وذلك عندما :

١) تتمتع فئات المشترين المختلفة بمرونات طلب سعرية مختلفة مادياً، ويكون لدى المشروع وقت للتحرك لأسفل منحنى الطلب. بحيث يحصل من كل قسم من المشترين ما يستطيع تحصيله.
٢) عندما يكون لدى المشروع المبتكر وقت طويل لايشجع فيه السعر المرتفع أصلاً على دخول مشروعات منافسة ولا تطوير منتجات بديلة .
٣) لايلغى انعدام اقتصاديات الإنتاج بأحجام صغيرة ميزة السعر المرتفع.
٤) تؤدى الأسعار الأولية المرتفعة إلى زيادة الإحساس بأن المنتج متميز ونوعيته متفوقة .
٥) هناك خطورة كبيرة فى تحديد سعرمبدئى منخفض جداً (لأن الطلب غير مؤكد وقد لايتحقق، ولأن تكلفة الوحدة قد تتخطى التوقعات). وكذلك فإن السعر المبدئى المرتفع يترك مجالاً لتخفيض السعر إذا لم تسير الأمور كالمتوقع، فعادة ما يكون تخفيض الأسعار أسهل فى التطبيق من زيادتها.

٢-٣ : التسعير بالخسارة Loss - Leader Pricing :

تقوم بعض المشروعات، خاصة فى تجارة الأغذية بالتجزئة ، بتسعير سلعة أو عدد قليل من السلع عند مستويات منخفضة (قد تقل عن سعر الجملة) وذلك من أجل :

١) زيادة مبيعات هذه السلع فى المستقبل.
٢) جذب العملاء إلى متاجرهم وزيادة مبيعات السلع الأخرى.

ولاشك أن الهدف لايتمثل فى الرغبة فى تحقيق خسائر، ولكنه يتمثل فى زيادة الأرباح الكلية . ولذلك يعتبر المشروع الناجح فى إدارة الخسائر مشروعاً ناجحاً فى إدارة الأرباح.

وهكذا يمكن تعريف التسعير بالخسارة بأنه تسعير منتج عند مستوى منخفض وقد يكون بأرباح سالبة أى أن (ث – م ت ك) سيكون أقل من الهامش المعتاد. ولكنه يتوقع أن يؤدى إلى ارتفاع الأرباح الكلية ، إما من خلال زيادة المبيعات مستقبلاً أو زيادة مبيعات المنتجات الأخرى التى يبيعها المشروع ككل. ويعمل هذا الأسلوب بصورة جيدة فى حالات :

١) الرغبة فى تعريف المشترين بالمُنتَّج أو المتجر.
٢) عندما يتضح للمشترين أن السعر يمثل قيمة جيدة .
٣) عندما يكون تخفيض السعر كبيراً بدرجة تجعل المشترين يستجيبون.
٤) عندما لايؤدى انخفاض السعر إلى انخفاض الجودة .

٢-٤ : التسعير لتعجيل استرداد التكاليف الاستثمارية:

تهدف بعض المشروعات إلى فرض سعر يحقق أسرع استرداد للتكاليف الاستثمارية . وهذا يعنى أن التسعير يمكن أن يكون مرتفعاً أو منخفضاً، وذلك بناءً على عدة عوامل مثل حساسية المشترى للسعر، وما إذا كانت السوق متطورة ، وما إذا كان هناك تهديد بالمنافسة من منتجات بديلة، أو وجود حواجز الدخول، وما إلى ذلك. ويمكن أن تميل المشروعات لهذا الهدف السعرى إذا كانت تعانى من قصور السيولة أو إذا كان تغير السوق سريعاً، مما لايبرر الصبر على استقرار الطلب.

٢-٥ : التسعير بالمعدل السائد Going - Rate Pricing :

قد تتمثل السياسة السعرية للمشروعات الهامشية التنافسية والمشروعات الكبيرة التى لاتتمتع بموقع القيادة فى مجرد إتباع السعر السائد. وهذا ما يشار إليه بالتسعير

بالمعدل الثابت، أو التسعير بالتقليد، أو التسعير بالتبعية . ففى أسواق احتكار القلة تكون هذه السياسة مرغوبة لدى المشروعات التى تكون لاتتمتع بموقع يساعدها على ممارسة القيادة السعرية، والمشروعات التى تكون منتجاتها غير متميزة بالدرجة التى تجعلها تتمتع بالحرية السعرية .

ولكن هذه السياسة تتبعها أيضاً مشروعات لاتتأثر بعلاقات احتكار القلة . وذلك مقلد السعر يمكن أن يتراجع ويجعل المشروعات الأخرى منزعجة من مرونات الطلب، وتغير ظروف السوق، والتفكير فى المستقبل، ومن ثم يصبح لدى المديرين وقت لدراسة القرارات الأخرى. ويعتبر هذا الوضع جيداً طالما أنه يمكن تحقيق أرباح مقبولة فى حالة التبعية السعرية .

٦-٢ : التسعير بالمظاريف المغلقة Sealed - Bid Pricing :

فى قطاعات التشييد وأعمال الدفاع التعاقدية وصناعة السلع الرأسمالية نجد أن المشروعات تتنافس على العقود على أساس أسعار عرض العطاءات . وهنا نجد أن استراتيجية التسعير ترتبط بالضرورة بتوقعات كيفية تسعير المنافسين.

وبينما تعتبر الأوضاع العامة للسوق والتكاليف مناسبة لتحديد مدى جدية المحاولة للحصول على عقد معين ، فإن نجاح المشروع يتوقف على انخفاض السعر الذى يعرضه لعدد كاف من العقود لبناء مشروع حيوى. وهكذا يواجه المشروع نوعاً ما من المعضلات ، فكلما ارتفع السعر الذى يعرضه عن متوسط التكاليف المتغيرة، كلما زادت الأرباح المحتملة ، ولكن كلما قلت فرص الحصول على العقد. ومن ناحية أخرى، فإنه إذا قام المشروع بعرض سعر قريب جداً من التكلفة المتوسطة المتغيرة ، فإنه قد لايحقق أرباحاً تكفى لتغطية إجمالى التكاليف الثابتة .

٢-٧ : تسعير الاعتبارات النفسية[١]:

يقوم البائع بتحديد السعر اعتماداً على الأرقام الأكثر جاذبية من وجهة نظر المستهلك ، فقد يعتقد بعض البائعين أن الأسعار ذات الأرقام الفردية أكثر جاذبية للمشترين من الأسعار ذات الأرقام المقربة . وبالتالى فإن سعر ٥,٩٩ جنيه يكون أكثر تحفيزاً لأسباب نفسية بالمقارنة بالسعر ٦,٠٠ جنيه. وكذلك فإن سعر ٣٣ جنيهاً قد يكون أكثر جاذبية للمشترى بالمقارنة بسعر ٣٢ جنيهاً، أو حتى سعر ٣٠ جنيهاً. وكذلك يمكن بيع ٣ سلع بسعر ٨٨ جنيهاً بدرجة أسرع من بيع كل سلعة بسعر ٢٩ جنيهاً. وتكمن المشكلة هنا فى تحديد الأرقام الأكثر جاذبية ، وما إذا كانت هذه الجاذبية تنطبق على سلع معينة فقط أم أنها تسرى على نطاق واسع.

وهناك مشاكل أخرى فى التسعير تظهر فى حالات خاصة . وعلى سبيل المثال، فإن مشروعات المنتجات الغذائية التى تقدم للمشترين دورياً كوبونات 'تخفيض' و'تخفيضات' فى المتاجر تواجه مشاكل تحديد التوقيت الموسمى، وحجم الخصم السعرى، والأثر التنافسى. وكذلك فإن متاجر الملابس تخفض الأسعار بصورة منتظمة للسلع ذات الموديلات مع تقدم الموسم ، مما يثير قرارات تتعلق بالحجم والتوقيت المناسب للتخفيضات. وتخضع أساليب التسعير للتدقيق الشديد فى فترات زيادة الطاقة الإنتاجية على مستوى الصناعة ، وأوقات الركود والتضخم. وخلال فترة رقابة الأسعار فى أوائل السبعينيات، امتنع عدد من المشروعات – حتى تلك التى تعانى من ركود المبيعات – عن تخفيض الأسعار خوفاً من إعادة فرض الرقابة على الأسعار فجأة، وما يترتب على ذلك من آثار سلبية على هوامش الربح إذا ارتفعت التكاليف، بل أن مجرد التهديد برقابة الأسعار دفع شركات عديدة إلى الإعلان عن زيادات سعرية كنوع من الحذر، مما أدى إلى تصاعد موجات التضخم.

(١) يقتصر انتهاج هذه السياسة علي المنشآت التي تعمل في مجال البيع بالتجزئة مباشرة للمستهلك ، ويندر ما تلجأ المنشآت الإنتاجية أو تلك التي تعمل في تجارة الجملة إلي إتباع مثل تلك السياسة . ومن ثم فإن هذه السياسة تخرج عن مجال التحليل في هذا الكتاب، وسيجد القارئ مزيد من التفاصيل عن تلك السياسة بين صفحات المراجع المتخصصة في التسويق وبحوث السوق.

تسعير المنتجات المشتركة او المتعددة

١ : مفهوم المنتجات المشتركة او المتعددة :

غالباً ما ينتج المشروع مجموعة من المنتجات. بل إن ما يسمى بمشروعات المُنتَّج الواحد قد يكون لديها نماذج وأحجام وأنماط متعددة ، بحيث يستحق كل منها معالجته كمُنتَّج مستقل لأغراض التسعير. وفى مثل هذه الحالات ، فإن نماذج المُنتَّج الواحد التى درسناها حتى الآن ليست مناسبة دائماً لتقييم سياسات التسعير فى المنشآت وسلوكها.

١-١ : علاقات الطلب :

يمكن أن تكون منتجات المشروع مرتبطة ببعضها من جانب الطلب، فغالباً ما نجد أن الطلب على منتجات المشروعات متعددة المنتجات مرتبط ببعضه فقد تكون هذه المنتجات بدائل، وقد تكون مكملة لبعضها. ولذلك يجب أن نأخذ هذه العلاقات فى الحسبان عند اتخاذ قرارات تسعير للمشروع، وذلك لأن تغير سعر أحد المنتجات سيؤثر على مبيعات المنتجات الأخرى. ويتطلب تحديد الأسعار المثلى للمنتجات المكملة والبديلة تقديراً دقيقاً لعلاقات المرونة المتبادلة (التقاطعية) ، وكيف أن توليفات الأسعار المختلفة تؤثر على العوائد المشتركة وعلى ربحية المنتجات.

١ -٢ : علاقات الإنتاج :

يمكن أن تكون منتجات المشروع مرتبطة ببعضها من جانب الإنتاج. وعلى سبيل المثال، قد تنتج المنتجات معاً بمعدل ثابت (وذلك مثل الجلود واللحوم فى السلخانات) ، أو بمعدل متغير (وذلك مثل الجازولين وزيت الوقود فى معامل تكرير البترول الخام) . وقد تتنافس المنتجات مع بعضها بمعنى أنها بدائل. وهناك نوع آخر من العلاقات يظهر عندما تكون المنتجات مكملة لبعضها فى الإنتاج ، أى عندما يتضمن أحد المنتجات الفاقد الناتج من إنتاج منتج آخر (مثل استخدام شرائح الخشب المتبقية من إنتاج الأخشاب فى صناعة الألواح) .

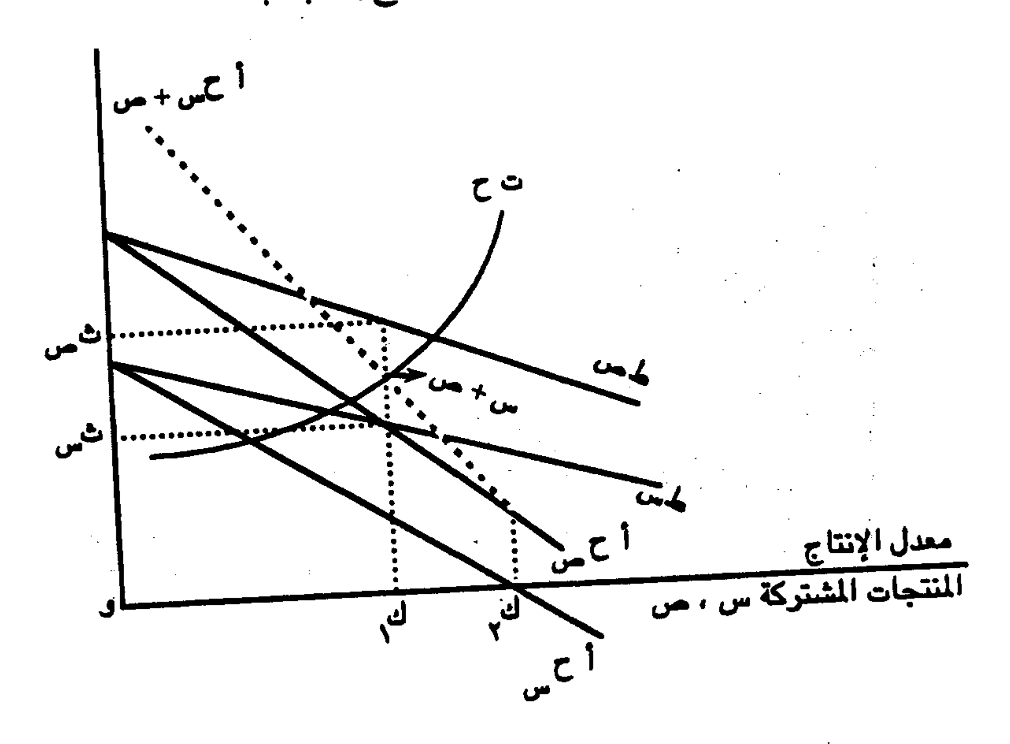
٢: تسعير المنتجات المشتركة (النسب الثابتة):

تتمثل أبسط حالات تسعير المنتجات المتعددة فى المنتجات المشتركة التى تنتج بنسب ثابتة . ونظراً لأن المنتجات المشتركة تنتج كتوليفة ، فإن تكاليفها أيضاً يمكن اعتبارها كتوليفة ، وتكفى مجموعة واحدة من منحنيات التكاليف لكل منهما - ففى الحقيقة قد لايكون مجدياً أن نفصل تكاليف كل منهما. ويوضح شكل (١) دوال الطلب ط ، العائد الحدى أ ح ، التكلفة الحدية ت ح للمنتجين المشتركين س و ص ولاغرابة فى أن أساس التسعير الأمثل للمنتجات المشتركة لايزال فى علاقة م ح - ت ح حيث يمثل منحنى ت ح فى هذا الشكل التكلفة الحدية اللتغير بوحدة واحدة فى توليفة المنتجين المشتركين س , ص بحيث إن أ ح $_{س}$ ، أ ح $_{ص}$ لها نفس المعنى المعتاد. ومع ذلك ، هناك حاجة للتجميع الرأسى لمنحنى م ح لتحديد تغير العائد الحدى المشترك المرتبط بتغيرات الناتج. ويبدو منحنى م ح المشترك فى الخط المتقطع أ ح $_{س+ص}$ للمنتجات حتى ك$_{١}$، ثم يتطابق مع م ح $_{ص}$ بالنسبة للكميات المنتجة الأكبر من ك$_{١}$. لأن أ ح س < الصفر. ويحدد تقاطع ت ح ، أ ح $_{س+ص}$ الناتج المشترك من س، ص الذى يعظم الربح فى الأجل القصير، ويمثل ث $_{س}$ ث $_{ص}$ سعرى تعظيم الربح ، ويتم اشتقاقهما من منحنى الطلب على س ، ص .

ولكن ماذا يحدث لو قطع ت ح المنحنى م ح $_{س+ص}$ عند منتج مشترك بعد ك$_{١}$ ، عندما يكون م ح $_{س}$ سالباً ؟ ويتضح هذا الاحتمال فى شكل (١) فعندما يقطع ت ح المنحنى المشترك أ ح $_{س+ص}$ عند ناتج مشترك يكون فيه العائد الحدى لأحد المنتجين (فى هذه الحالة س) سالباً ، يتطلب تعظيم الربح أن يستمر المشروع فى الإنتاج ، حيث ت ح يساوى م ح المشترك - عند ك$_{٢}$ فى شكل (١) . ولكن بينما يجب أن يتحدد سعر ص ليقابل تقاطع ت ح = أ ح $_{س+ص}$ (عند ث$_{س}$) ، فإن سعر س يجب أن يرتبط بالطلب عندما أ ح $_{س}$ = صفر، عند ث$_{س}$ ، ولكن لماذا ؟ لأن هنا يصل أ ك $_{س}$ إلى أقصاه، ولاتوجد نقطة عند تحديد السعر أدنى من ث$_{س}$ فى شكل (٢) لرفع المبيعات

شكل رقم (١)

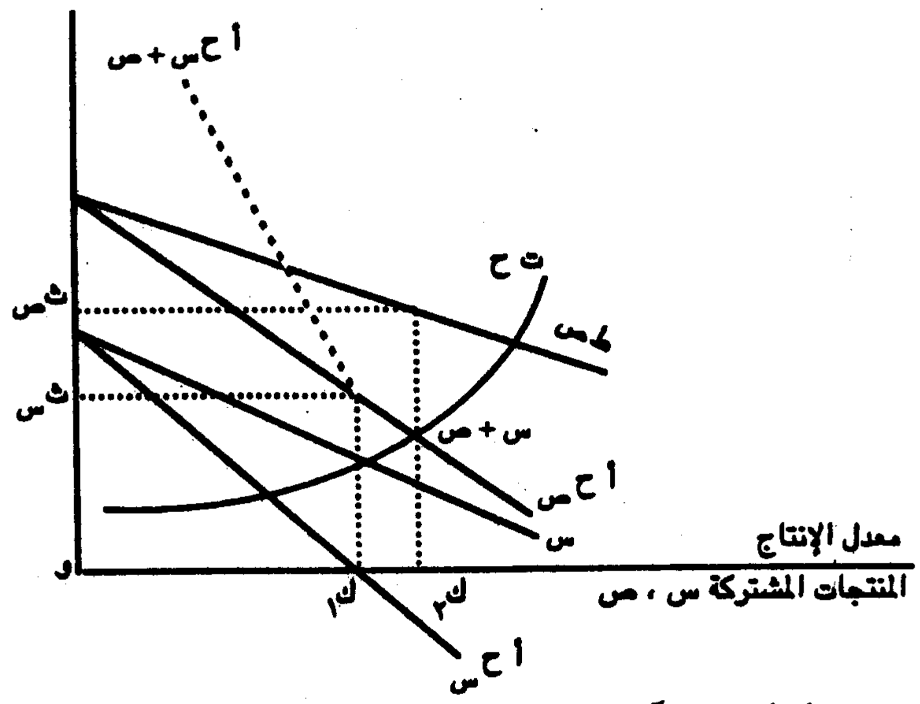
تسعير المنتجات المشتركة التى تنتج بنسب ثابتة



إلى ك ٢ ، لأن أ ك س تكون أقل عند ك٢ بالمقارنة بـها عند ك١ ، وبعبـارة أخرى، فإن تعظيم زيادة العوائد المشتركة عن التكاليف المشتركة يفرض على المشروع أن يقدم ك٢ وحدات من ص للبيع ، ولكن يجب تقييـد مبيعات المنتج س إلى ك١ حتى لايدخل أ حس فى المـــدى الســالب. وبالطبع فـإن هذا يعنى أن المشـروع سيحـقق زيادة فى س مقـدارها ك١ - ك٢ وبالطبع ، يجب البـحث عن الـنفقـات المولدة للعـوائد بالنسبـة للمقدار الزائد من س بدلاً من تركه يضيع سدى. ويـتمثل المعيار هنا فى التخلص من الفائض بطرق لاتنتقص من هدف التسويق الأساسى للمشروع وهو بيع ك١ وحدات من س عند السـعر ثس . ومع ذلك ، فـفى الأجل الطويل قـد يستجيب المشـروع لفائض عرض س بما يلى :

شكل رقم (٢)

تسعير المنتجات المشتركة التى تنتج بنسب ثابتة



١) بالإعلان أو أى شيء آخر يؤدى لزيادة مبيعات س بما ينقل طس إلى اليمن.

٢) البحث عن وسائل فنية لتغيير نسب الناتج المشترك بطرق تؤدى لزيادة ص و نقص س ، مثل إعادة تصميم عمليات صناعة الورق بما يحقق انخفاضاً فى إنتاج الورق الرخيص وزيادة فى إنتاج الورق الجيد.

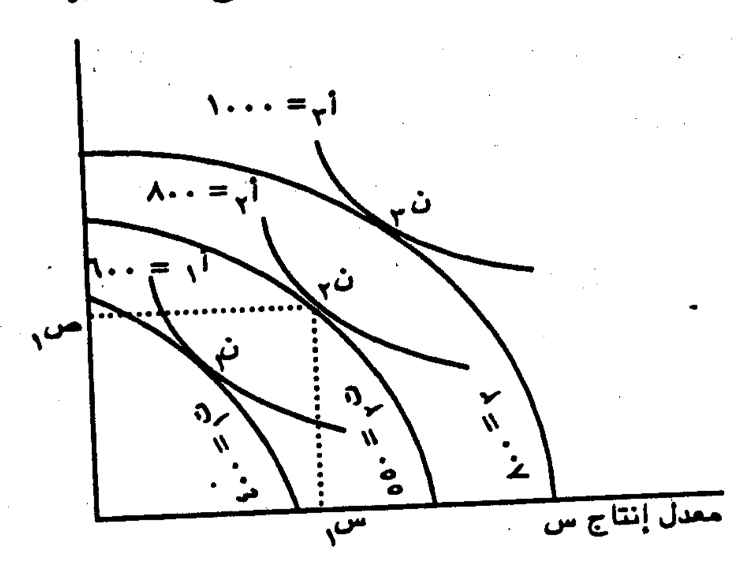
٣ : تسعير المنتجات المشتركة (النسب المتغيرة):

بصفة عامة ، نجد أن مشروعات المنتجات المشتركة ليست محاصرة بقيود تفرضها المنتجات المشتركة التى تنتج فى ظروف النسب الثابتة الجامدة . إذ أن هناك قدراً من المرونة فى هذه النسب. وعندما يستطيع المشروع تغيير النسب التى ينتج بها الناتج المشترك ، يصبح التسعير الأمثل معقداً بسبب عدد التوليفات البديلة التى يجب دراستها. وبالتالى ، تظهر الحاجة إلى تكوين سلسلة من منحنيات سواء التكاليف، التى توضح موقع كل توليفات الإنتاج التى يمكن إنتاجها بالنسبة لمقدار محدد من

إنفاق التكاليف الكلية . ويصور شكل (٣) هذه السلسلة من المنحنيات $ت_١$ ، $ت_٢$ ، $ت_٣$ لإجمالي نفقات قدرها ٤٠٠ ، ٥٥٠ ، ٨٠٠ جنيه على التوالي. وترسم منحنيات سواء التكاليف مقعرة تجاه نقطة الأصل، بسبب افتراض أنه يصعب إنتاج المزيد من الوحدات المتتالية من منتج ووحدات أقل من المنتج الآخر، في ظل القيود الكامنة على تغيير النسب. وبعد ذلك ، يجب اشتقاق مجموعة من منحنيات سواء العائد ($أ_١$ ، $أ_٢$ ، $أ_٣$ لإجمالي إيرادات قدرها ٦٠٠ ، ٨٠٠ ، ١٠٠٠ جنيه على التوالي) لتوضيح كل توليفات المنتجين معاً، والذي يؤدي بيعهما إلى عوائد كلية متساوية . وترسم خطوط العوائد المتساوية محدبة تجاه نقطة الأصل، مما يعكس حاجة السوق التقليدية في الأجل القصير إلى تخفيض السعر لبيع كمية أكبر.

شكل رقم (٣)

تسعير المنتجات المشتركة التي تنتج بنسب متغيرة



ويحدد وضع منحنيات سواء التكاليف وسواء العوائد على نفس الشكل مجموعة من نقاط التماس (حيث يجب أن يتماس كل منحنى سواء تكلفة مع منحنى سواء عائد) . وتحدد نقاط التماس $ن_١$ ، $ن_٢$ ، $ن_٣$ في شكل () توليفات الناتج المناسبة من حيث العائد والتكلفة ، لأن كل نقطة تمثل أقل تكلفة لتحقيق التوليفة المرتبطة

بعائدها الكلى. وتتحدد نقطة التماس التى تمثل تعظيم الربح من مقارنة نتائج العائد – التكلفة – الربح عند كل نقطة . وفى شكل (٣) ، يتحقق تعظيم الربح عند النقطة ن $_٢$ ، حيث إن العائد الكلى من بيع س ، ص يزيد عن التكاليف الكلية المشتركة بأكبر قدر (٨٠٠ – ٥٥٠ = ٢٥٠ جنيه) ، ويتمثل ناتج س ، ص الذى يعظم الربح فى س$_١$ ، ص$_١$ وحدات .

ويمكن إثبات أنه عند النقطة ن $_٢$ تتساوى التكلفة الحدية لإنتاج كل منتج مع عائده الحدى الذى يحققه.

تعظيم أرباح المشروع متعدد المنتجات فى ظل قيود الموارد :

لاشك آن المشروع متعدد المنتجات يبيع منتجاته فى أسواق ذات كثافات تنافسية مختلفة . ولاشك أنه يتمتع بوضع أقوى فى السوق بالنسبة لبعض المنتجات، مقارنة بالبعض الآخر، وأنه يتمتع بهوامش ربح أكبر من بعض المنتجات، مقارنة بالبعض الآخر. ومع ذلك ، فإنه نظراً لأن القدرة الإنتاجية للمشروع تكون محدودة فى الأجل القصير، ولأن الطلب قد يزيد على طاقة العرض من آن لآخر، يثور التساؤل عن كيفية توزيع المشروع للموارد الإنتاجية النادرة لتعظيم الأرباح المشتركة من كل منتجاته. ولننظر أولاً إلى الحالة البسيطة لمشروع ينتج منتجين ويعمل بكامل طاقته ولايستطيع زيادة ناتج المنتجين معاً إلى المعدلين المعظمين للربح للمنتجين.

وبالنسبة للمشروع الذى ينتج منتجين، فإن تعظيم الأرباح الكلية من هذين المنتجين يفرض عليه تقسيم مدخلات موارده الإضافى بين المنتجين بطريقة تجعله يحصل على مقدار مكافئ من الربح الزائد من آخر وحدة من المدخل المخصص لإنتاج كل منتج. فإذا لم يتحقق هذا الشرط، يستطيع المشروع زيادة الأرباح الكلية بنقل وحدات من المدخلات من إنتاج المنتج ذات الربح الأقل إلى إنتاج المنتج ذات الربح الأكبر. وتوضيحاً لذلك افترض أن مشروعاً لديه ٣٠٠ ساعة عمل ما هو

لإنتاج المنتجين س ، ص ويوضح الجدول التالى الأرباح المقدرة من الاستخدامات البديلة لهذا المورد (العمل الماهر).

المنتج (س)

عدد ساعات العمل الماهر	إجمالى الربح من المنتج (س)	الربح الإضافى
صفر	صفر	-
١٠٠	٥٠٠	٥٠٠
٢٠٠	١١٠٠	٦٠٠
٣٠٠	١٥٠٠	٤٠٠

المنتج (ص)

عدد ساعات العمل الماهر	إجمالى الربح من المنتج (ص)	الربح الإضافى
صفر	صفر	-
١٠٠	٦٠٠	٦٠٠
٢٠٠	١١٠٠	٥٠٠
٣٠٠	١٥٠٠	٤٠٠

ولنفترض أن المشروع يستخدم الآن ١٠٠ ساعة من العمل لإنتاج س و ٢٠٠ ساعة من العمل لإنتاج ص ، وأن الربح المشترك حوالى ١٦٠٠ جنيه (٥٠٠ جنيه من س و ١١٠٠ من ص) . فهل المشروع يحصل على أقصى ربح كلى من هذين المنتجين؟ إن الإجابة بالنفى. إذ أنه يمكن زيادة الأرباح المشتركة بنقل ١٠٠ ساعة عمل ماهر من إنتاج B إلى إنتاج A. وعندما يحدث ذلك ، يتخلى المشروع عن ٥٠٠ جنيه من الأرباح الناتجة من إنتاج وبيع ص ، ولكنه يحصل على ٦٠٠ جنيه كأرباح من س - أى أنه يحقق مكسباً صافياً قدره ١٠٠ جنيه، وإجمالى ربح مشترك قدره ١٧٠٠ جنيه. فباستخدام ٢٠٠ (من ٣٠٠) ساعة عمل ماهر لإنتاج س و ١٠٠ ساعة فقط لإنتاج ص ، يحقق المشروع ٦٠٠ جنيه أرباحاً من آخر ١٠٠ وحدة من العمل الماهر المستخدم لإنتاج s ، وكذلك ٦٠٠ جنيه أخرى كأرباح من آخر ١٠٠ وحدة من العمل الماهر المستخدم لإنتاج ص ، أى أنه ساوى عوائد الأرباح الإضافية من آخر جزء من المدخلات المخصصة لكل منتج .

ويمكن توسيع حالة المنتجين بسهولة إلى عدد من السلع وإعادة صياغتها كمايلى : يمكن تخصيص مدخلات الموارد النادرة لإنتاج السلع $س_1$ ، $س_2$ ، $س_3$ ، .... $س_ن$ بطريقة تحقيق مبلغاً متساوياً من الأرباح من أخر وحدة من المدخل المخصص لإنتاج كل سلعة . وتتمثل أهمية قاعدة تعظيم الأرباح للمشروعات متعددة المنتجات فى أن محدودية توافر مدخلات الموارد غالباً ما تجعل تنويع المنتجات الجديدة أمراً مربحاً ، وكذلك الدخول إلى أسواق جديدة "قبل" الحصول على آخر جنيه من الأرباح من المنتجات الموجودة وأسواق المنتجات. ويتطلب أكثر الاستخدامات كفاءة وربحية للقدرات الإنتاجية المحدودة للمشروع أن توجه الموارد المتاحة إلى إنتاج السلع ذات آفاق الربحية المرتفعة المتزايدة ، والابتعاد عن السلع ذات الربح التزايدى المنخفض . وهكذا فإن تعظيم الأرباح فى الأجل القصير للمشروع متعدد المنتجات لايتطلب تساوى العائد الحدى مع التكلفة الحدية لكل منتج ينتجه المشروع ، ما لم يكن لدى المشروع موارد كافية وطاقة إنتاجية كافية فى الأجل القصير لرفع إنتاج كل منتج حالى أو محتمل إلى المعدل الذى يتحقق عنده شرط أ ح = ت ح . فمن وجهة النظر الشاملة للمنظمة (المنشأة)، تتطلب قرارات الأسعار والناتج موازنة التعديلات بين أسواق المنتجات المحددة للحصول على الأرباح المثلى على مستوى الأقسام وعلى مستوى الشركة ككل.

الباب الخامس

التحليل الاقتصادى لأسواق مدخلات الإنتاج

- مقدمة
- تحليل أسواق مدخلات الإنتاج تحت ظروف المنافسة الكاملة
- تحليل أسواق مدخلات الإنتاج تحت ظروف الاحتكار
- الكفاءة الاقتصادية وتخصيص الموارد

مقدمة :

يمثل سوق مورد من الموارد الاقتصادية ذلك النظام الذى يتم من خلاله تداول هذا الموارد ما بين مالكيه (جانب العرض) وبين مستخدميه (جانب الطلب)، ويتكون سوق المورد من أربعة عناصر رئيسية هى نفسها عناصر سوق أى مُنتَّج من المنتجات النهائية، وهى:

- المورد أو المدخل محل التبادل فى السوق.
- جانب عرض المورد أو المدخل.
- جانب طلب المورد أو المدخل.
- السعر التوازنى للمورد أو المدخل.

وفى أسواق المنافسة الكاملة يتحدد السعر التوازنى للمورد أو المدخل بتفاعل جانب العرض والطلب فى السوق، ويمثل السعر التوازنى ذلك السعر الذى يقبله جانب الطلب (المشترين للمورد) ويقبله كذلك جانب العرض (مالكى المورد) عند تبادل كمية محددة من المورد فى السوق.

يتوقف نطاق سوق المورد على طبيعة المورد نفسه ، وعلى طول الفترة الزمنية موضع الاعتبار. ففى خلال فترة زمنية معينة تتصف بعض الموارد بمرونة الانتقال بما يؤدى إلى إتساع نطاق أسواقها. وتختلف الموارد فيما بينها من حيث قدرتها على الإنتقال ومرونة حركتها، ويرجع ذلك إلى الاختلاف فى خصائص الموارد من حيث قابليتها للتلف، وتكاليف شحنها، والروابط الاجتماعية وغيرها من الخصائص التى تؤثر على مرونة انتقال الموارد. وعادة تعتمد قدرة أى مورد على الانتقال على طول الفترة الزمنية موضع الاعتبار، فكلما طالت الفترة الزمنية كلما ازدادت قدرة المورد على الانتقال بين أوجه الاستخدام البديلة .

ويمكن توضيح ذلك بالنسبة لنوع معين من العمل - وليكن الميكانيكيين مثلاً. ففى خلال الفترة القصيرة التى تمتد بضعة شهور أو سنة كاملة . لايتمكن الميكانيكيون

من الانتقال بحرية كاملة من منطقة إلى الأخرى، وذلك على الرغم من قدرتهم على الانتقال بين المنشآت المختلفة فى المنطقة التى يعملون فيها. وكلما طالت الفترة الزمنية كلما اتسع نطاق المنطقة التى يستطيع الميكانيكون العمل فيها[1].

وفى خلال الفترة القصيرة لايشترط بالضرورة أن يعمل الميكانيكيون - أو وحدات أى مورد آخر - فى سوق رئيسى واحد، فمن المعتاد أن يقسم الاقتصاد القومى إلى العديد من الأسواق المحلية يتمثل كل منها فى منطقة معينة تنتقل فى نطاقها وحدات المورد، كما يزداد ارتباط الأسواق المحلية ببعضها كلما طالت الفترة الزمنية، إلى أن تطول هذه الفترة بدرجة كافية لإندماج هذه الأسواق ببعضها فى سوق رئيسى واحد.

وقد يصعب بالفعل وضع حدود فاصلة بين الأسواق المحلية، وذلك بسبب تداخل هذه الأسواق فى بعضها البعض. إلا أن افتراض إنفصال هذه الأسواق عن بعضها يساعد بلاشك على تبسيط تحليل تخصيص الموارد. وكذلك الحال بالنسبة للفترات الزمنية المأخوذة فى الاعتبار، حيث سيتم افتراض وجود فترتين زمنيتين، هما:

١) الفترة القصيرة التى تكون الأسواق المحلية فى خلالها منفصلة عن بعضها.

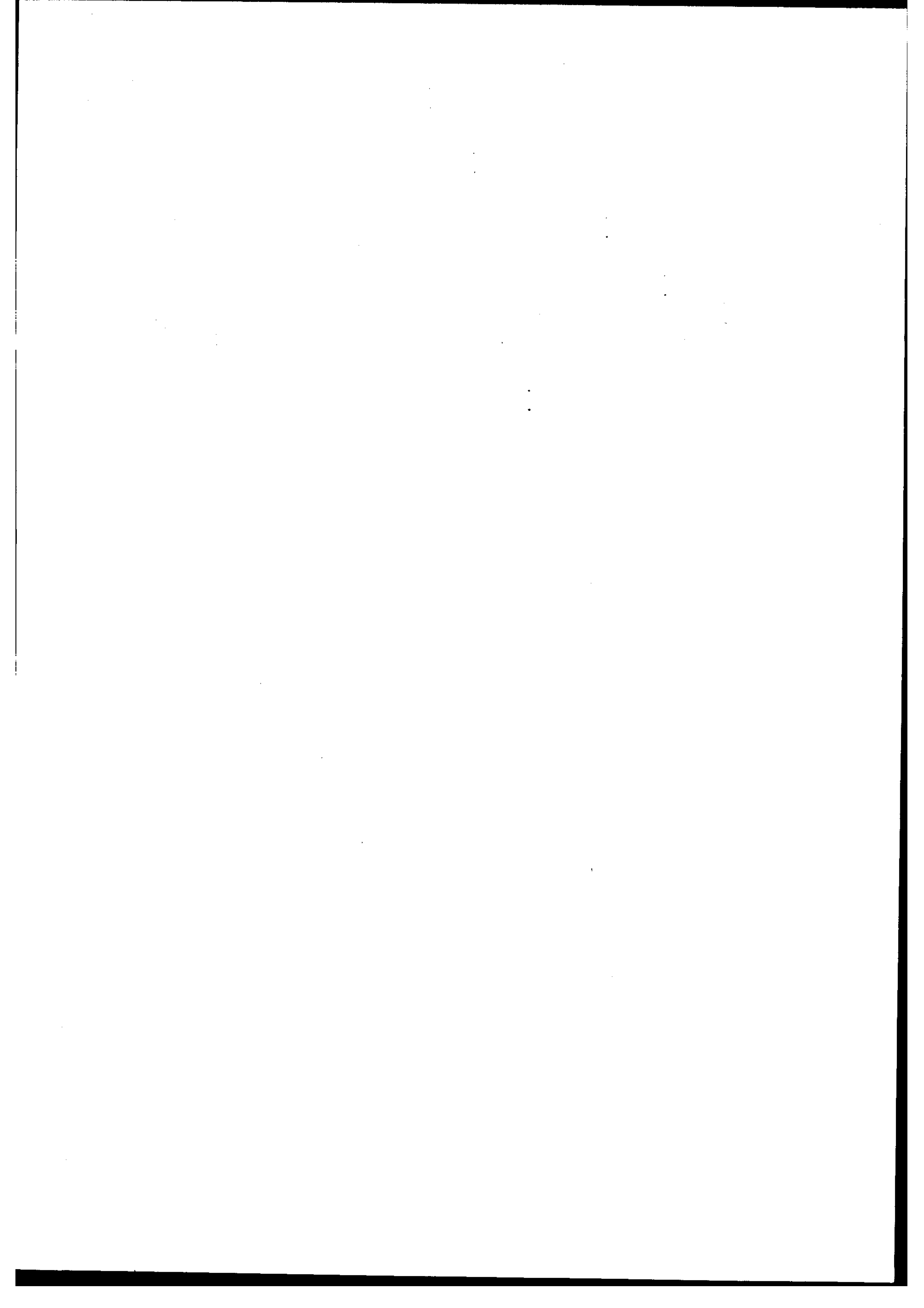
٢) الفترة الطويلة، بحيث تكون الموارد فى خلالها حرة تماماً فى الانتقال بين الأسواق المحلية ، ومن ثم تندمج الأسواق المحلية فى سوق رئيسى واحد.

وإذا كان تحليل أسواق الموارد يهدف بصفة رئيسية إلى التعرف على أسعار تلك الموارد وكيفية تحديدها والعوامل الحاكمة لهامن خلال تحليل جانب العرض والطلب

---

(١) لاتتطلب مرونة الانتقال في هذه الحالة تحول الميكانيكيين من منطقة لأخري أو حتي من منشأة لأخري، وإنما تتحقق مرونة انتقال العمل عندما يدخل ميكانيكيون جدد ضمن القوي العاملة أو عندما ينسحب كبار السن من قوة العمل بسبب التقاعد. ففي بعض المناطق لايحل ميكانيكون جدد محل زملائهم المتقاعدين ، وفي مناطق أخري يزيد عدد الميكانييكن الجدد علي عدد زملائهم المتقاعدين. كل هذه التغيرات تمثل مظاهر عامة لمرونة الانتقال.

للمورد ومحددات كل منهما، فإن ذلك يرجع إلي أن أسعار الموارد الإنتاجية تؤدى دوراً هاماً فى اقتصاد المشروع الحر ، فعن طريق الأسعار تتحدد مستويات التشغيل وتتخصص الموارد بين مختلف أوجه استخداماتها كما تسترشد المنشآت الفردية بأسعار الموارد فى تحديد مجموعات الموارد الأكثر كفاءة، وكذلك تحدد أسعار الموارد مستوى التكاليف داخل المنشأة، ومن ثم فإن أسعار الموارد تؤثر فى مستوى الأرباح التى تحققها المنشأة.



الفصل السابع عشر
تحليل أسواق مدخلات الإنتاج
تحت ظروف المنافسة الكاملة

تقتصر الدراسة فى هذا الفصل على الأسس والمبادئ التى تتحدد بمقتضاها أسعار الموارد الإنتاجية ومستويات تشغيلها تحت ظروف المنافسة الكاملة فى كل من أسواق الموارد وأسواق المُنتَجات النهائية التى تدخل الموارد فى إنتاجها، ويعنى وجود المنافسة الكاملة فى سوق الموارد أن المنشأة الفردية تشترى كمية صغيرة من ذلك المورد بالنسبة للعرض الكلى فى السوق، وبدرجة يتعذر معها على تلك المنشأة التأثير فى سعر المورد موضع الاعتبار. ومن ناحية أخرى يقوم صاحب المورد بعرض كمية قليلة من المعروض الكلى فى السوق من هذا المورد بحيث لايستطيع التأثير على سعر مورده. فضلاً عن ذلك فإن المنافسة الكاملة فى سوق المورد تتطلب مرونة انتقال وحدات المورد المتغير بين استخداماته المختلفة، وبين المناطق الجغرافية المختلفة.

يمكننا مناقشة كيفية تحديد السعر ومستوى التشغيل لمورد إنتاجى معين باستخدام نظريتى العرض والطلب. وعليه يتركز اهتمامنا فى هذا المجال على كيفية اشتقاق منحنى طلب المنشأة على المورد، ومنحنى طلب السوق للمورد، ومنحنى عرض المورد فى السوق. وباشتقاق هذه المنحنيات يمكننا تحديد سعر المورد فى السوق ومستوى تشغيل المورد فى المنشأة وفى السوق أيضاً.

١ : منحنى طلب المنشأة : فى حالة استخدام مورد متغير وحيد :

يبين منحنى طلب المنشأة على المورد المتغير مختلف الكميات التى تشتريها المنشأة من ذلك المورد عند مختلف الأسعار الممكنة، غير أن الكميات التى تشتريها المنشأة من المورد عند مختلف أسعاره تختلف بدورها فى حالة ما يكون المورد موضع الاعتبار هو المورد المتغير الوحيد عنها فى حالة استخدام هذا المورد مع موارد متغيرة أخرى. ولتوضيح ذلك سوف نفترض أن المنشأة تستخدم مورداً متغيراً وليكن المورد (أ) . ويعنى ذلك بالطبع أن الكميات المستخدمة من الموارد الإنتاجية الأخرى سوف تبقى ثابتة. ولنفترض كذلك أن المنشأة تسعى لتحقيق أقصى ربح من إنتاجها.

وتواجه المنشأة فى هذه الحالة بمشكلة اختيار مستوى تشغيل المورد (أ) الذى يتحقق عنده أقصى ربح من استخدام ذلك المورد فى الإنتاج . وتجرى عملية الاختيار هذه على ضوء أثر وحدات المورد المضافة على الإيرادات الكلية والتكاليف الكلية للمنشأة، إذ يتعين على المنشأة استخدام كمية المورد التى يتحقق عندها تساوى الزيادة فى الإيرادات الكلية مع الزيادة فى التكاليف الكلية الناجمة عن التوسع فى تشغيل المورد بوحدة واحدة .وتمثل الزيادة فى الإيرادات الكلية قيمة الناتج الحدى، بينما تمثل الزيادة فى التكاليف الكلية التكلفة الحدية ، وهى تعادل سعر الوحدة من المدخل المتغير مقسومة على الناتج الحدى.

١-١ : *قيمة الناتج الحدى:*

يطلق على القيمة النقدية للزيادة فى الناتج الناشئة عن استخدام المنشأة لوحدة إضافية من المورد (أ) أو أى مورد آخر إصطلاح قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) أو $\text{ق ن ح}_{\text{أ}}$ وعند تقدير قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) يجب أن نلاحظ أن الوحدة الإضافية من ذلك المورد تؤدى إلى زيادة الناتج الكلى بقدر مساوى تماماً للناتج الحدى لذلك المورد، أى $\text{ن ح}_{\text{أ}}$. وهذه الزيادة فى الناتج الكلى يتم تصريفها بسعر السوق $\text{ث}_{\text{س}}$.

وهذا معناه أن قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) تساوى حاصل ضرب الناتج الحدى للمورد (أ) فى سعر الوحدة من السلعة النهائية من السلعة المنتجة (س) ، أى أن $\text{ق ن ح}_{\text{أ}} = \text{ن ح}_{\text{أ}} \times \text{ث}_{\text{س}}$، وذلك عند التوسع فى تشغيل المورد (أ) بوحدة واحدة. ولتوضيح ذلك سوف نستعين بالجدول (١-١٧) حيث يبين المرحلة الثانية من مراحل الإنتاج للمورد (أ) ويوضح العامود الثانى الناتج الحدى للمورد (أ) عند مختلف الكميات المستخدمة منه مع بقاء الكميات المستخدمة من الموارد الأخرى ثابتة . كما يوضح العمود الثالث سعر المُنتَج النهائى للمنشأة . أما العامود الرابع فيمثل قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) .

جدول رقم (١-١٧)

علاقة قيمة الناتج الحدى للمورد

ومنحنى طلب المنشأة على المورد

كمية المورد (أ)	الناتج الحدى للمورد (أ) ن ح أ	سعر الناتج النهائى ث س جنيه	قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) ق ن ح أ جنيه	سعر المورد (أ) ث أ جنيه	الإضافة إلى أرباح المنشأة
٤	٧	٢	١٤	٦	٨
٥	٦	٢	١٢	٦	٦
٦	٥	٢	١٠	٦	٤
٧	٤	٢	٨	٦	٢
٨	٣	٢	٦	٦	صفر
٩	٢	٢	٤	٦	-٢
١٠	صفر	٢	صفر	٦	-٦

وفى حالة بيع المُنتَج النهائى للمنشأة فى سوق المنافسة الكاملة . فإن التوسع فى تشغيل المورد بوحدة واحدة سوف يترتب عليه ازدياد الإيرادات الكلية للمنشأة بمقدار يتساوى تماماً مع قيمة الناتج الحدى لذلك المورد.

وبالنظر إلى الجدول (١-١٧) نجد أن قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) تأخذ فى التناقص المستمر بزيادة الكميات المستخدمة من ذلك المورد. ويرجع ذلك إلى قانون الغلة المتناقصة، حيث يتناقص الناتج الحدى للمورد (أ) بزيادة الكميات المستخدمة منه فى المرحلة الثانية . ونتيجة لذلك تتناقص قيمة الناتج الحدى للمورد على الرغم من أن السعر الذى تباع به المُنتَج النهائى (س) يظل ثابتاً فى السوق.

١-٢ : مستوى التشغيل:

عندما تشترى المنشأة المورد تحت ظروف المنافسة الكاملة، فإن التوسع فى تشغيل المورد بوحدة واحدة يؤدى إلى زيادة التكاليف الكلية بمقدار يتساوى تماماً مع سعر ذلك المورد. فإذا كان سعر المورد (أ) هو ستة جنيهات، فإن زيادة تشغيله بوحدة واحدة تؤدى إلى زيادة التكاليف الكلية للمنشأة بما مقداره أربعة جنيهات. وهذا ما يبدو واضحاً فى الجدول (١-١٧) .

ويتحدد مستوى تشغيل المورد (أ) المحقق لأقصى ربح عند ذلك المستوى الذى تتساوى عنده قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) مع سعره ($ث_1$) . وبالإشارة إلى الجدول (١-١٧) نلاحظ أن الوحدة الرابعة من المورد (أ) تضيف ١٤ جنيهاً للإيرادات الكلية للمنشأة، بينما تضيف نفس الوحدة ٦ جنيهات فقط إلى التكاليف الكلية للمنشأة . ويعنى ذلك أن الوحدة الرابعة من المورد تضيف ثمانية جنيهات لأرباح المنشأة . وبالمثل تضيف كل من الوحدة الخامسة والسادسة والسابعة إلى الإيرادات الكلية قدراً أكبر مما تضيفه كل منها إلى التكاليف الكلية للمنشأة . أما الوحدة التاسعة من المورد فتضيف للإيرادات الكلية نفس القدر الذى تضيفه للتكاليف الكلية للمنشأة . وإذا استخدمت المنشأة الوحدة العاشرة من المورد، سيترتب على ذلك تناقص الأرباح بستة جنيهات. ويتبين من ذلك أن المنشأة تحقق أقصى ربح من استخدام المورد (أ) عند تشغيلها لثمانية وحدات من ذلك المورد الوحدة التاسعة من المورد سيترتب على ذلك تناقص أرباح المنشأة بجنيهان . ويمكن صياغة الشروط الضرورية لتحقيق أقصى ربح من استخدام المورد (أ) فى أى من الصورتين التاليتين :

$$ق ن ح_1 = ث_1$$

أو:

$$ن ح_1 \times ث_س = ث_1$$

١-٣ : منحنى طلب المنشأة على المورد :

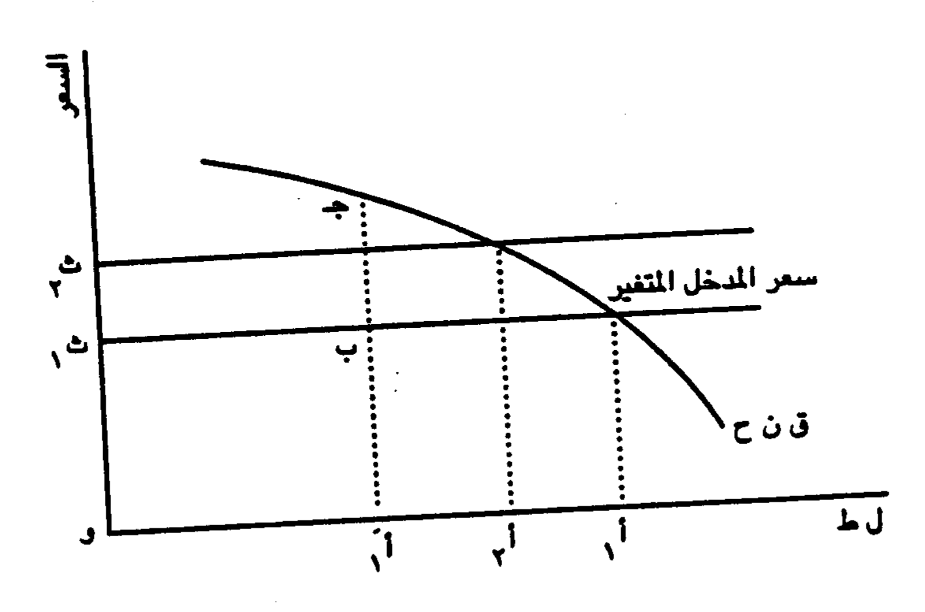
بالنظر إلى الجدول (١) يتبين لنا أن جدول قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) (المبين فى العمودين الأول والرابع) هو فى الواقع جدول طلب المنشأة على ذلك المورد - وذلك عندما يكون المورد (أ) هو المورد المتغير الوحيد. ويبين هذا الجدول المذكور مختلف الكميات التى تشتريها المنشأة من المورد (أ) عند مختلف الأسعار الممكنة . فإذا كان سعر المورد (أ) هو ١٠ جنيهات سوف تستخدم المنشأة ٦ وحدات

من المورد. وبالمثل إذا كان سعر المورد (أ) هو ١٤ جنيهاً سوف تستخدم المنشأة ٤ وحدات من المورد.

وبتمثيل جدول قيمة الناتج الحدى بيانياً نحصل على منحنى طلب المنشأة على المورد. ويبين الشكل (١-١٧) منحنى الطلب على المورد (أ)، حيث يمثل المحور الأفقى الكميات المستخدمة من المورد فى المرحلة الثانية لذلك المورد بينما يوضح المحور الرأسى قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) عند مختلف الكميات المستخدمة منه.

شكل رقم (١-١٧)

منحنى طلب المنشأة على مورد وحيد
فى سوق المنافسة الكاملة



وبالإشارة إلى الشكل (١-١٧) نلاحظ أن المنشأة تحقق أقصى ربح بتشغيل الكمية أ١ من المورد (أ) عندما يكون سعره فى السوق هو (ث١) . فإذا استخدمت المنشأة الكمية (أ) عن السعر (ث٢) . فإن الوحدة الأخيرة سوف تضيف للإيرادات الكلية القدر (أ١ جـ) بينما تضيف نفس الوحدة إلى التكاليف الكلية قدراً أقل وهو (أ١ ب) ويعنى ذلك أن توسع المنشأة فى تشغيل المورد (أ) حتى الكمية (أ١) سوف

يؤدى إلى زيادة الأرباح. وعند استخدام المنشأة لكمية أكبر من (أ$_{١}$) فإن الوحدات الإضافية من المورد فى هذه الحالة تؤدى إلى زيادة التكاليف الكلية بقدر أكبر من الزيادة فى الإيرادات الكلية للمنشأة . مما يؤدى بالتالى إلى تناقص الأرباح .

وإذا ارتفع سعر المورد (أ) فى السوق إلى (ث$_{٢}$)، فإن المنشأة فى هذه الحالة تحقق أقصى ربح بتشغيل الكمية (أ$_{٢}$) من ذلك المورد. وعند أى سعر من الأسعار الممكنة للمورد (أ) تحقق المنشأة أكبر ربح بتشغيل الكمية من المورد التى تتساوى عندها قيمة الناتج الحدى للمورد مع سعره.

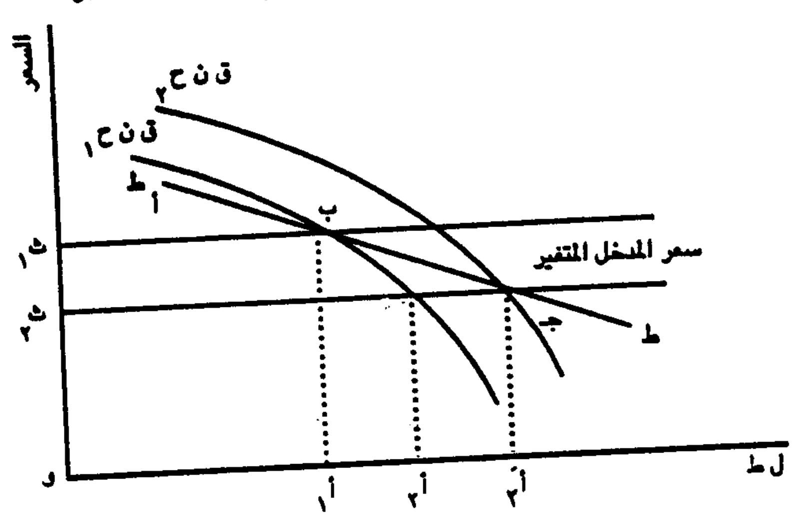
٢ : منحنى طلب المنشأة فى حالة استخدام عدة موارد متغيرة :

عندما تستخدم المنشأة عدة موارد متغيرة فى وقت واحد فإن منحنى قيمة الناتج الحدى لأى من هذه الموارد لايعد ممثلاً لمنحنى الطلب على المورد. ويرجع ذلك إلى أن تغير سعر أحد الموارد المتغيرة - مع بقاء أسعار الموارد المتغيرة الأخرى على ما هى عليه - يؤدى بالفعل إلى تغير الكميات المستخدمة من الموارد الأخرى. كما أن تغير الكميات المستخدمة من الموارد الأخرى يصحبه تغير مقابل فى مستوى تشغيل المورد موضع الاعتبار - وذلك عندما تحاول المنشأة تحقيق أكبر ربح من استخدام الموارد وإعادة تصميم مجموعة الموارد الأقل تكلفة بعد تغير سعر المورد. ويطلق على هذه التغيرات المصاحبة لتغير سعر المورد "تأثير المنشأة أو الآثار الداخلية" لتغير سعر المورد.

ولتوضيح طبيعة الآثار الداخلية لتغير سعر المورد نفترض أننا نريد اشتقاق منحنى طلب المنشأة على المورد (أ) الذى يمثل أحد الموارد المتغيرة، ولنفترض أيضاً أن المنشأة تنتج فى الوقت الحالى الكمية من السلعة (س) التى تحقق أكبر ربح، مستخدمة فى ذلك مجموعة الموارد الأقل تكلفة . ويبين منحنى (ق ن ح$_{١}$) فى الشكل (٢-١٧) قيم النواتج الحدية للمورد (أ) عند مختلف الكميات المستخدمة منه وبقاء الكميات المستخدمة من الموارد الأخرى ثابتة .

شكل رقم (٢-١٧)

منحنى طلب المنشأة فى حالة استخدام عدة موارد متغيرة



فإذا كان سعر المورد (أ) هو (ث١) سوف تستخدم المنشأة الكمية (أ١) من ذلك المورديكون ذلك عند النقطة (ب) أعلى منحنى ق ن ح١. وعندما ينخفض السعر إلى (ث ٢) قد تتجه المنشأة للتوسع فى تشغيل المورد إلى القدر (أ٢) ، غير أن التوسع فى تشغيل المورد بذلك القدر يؤدى بدوره إلى انتقال منحنيات الناتج الحدى وقيمة الناتج الحدى للموارد المتغيرة المتكاملة مع المورد (أ) - نحو اليمين، ومن ناحية أخرى يترتب على زيادة تشغيل المورد (أ) انتقال المنحنيات المماثلة للموارد المتغيرة البديلة للمورد (أ) نحو اليسار. وحيث أن أسعار الموارد المتغيرة الأخرى تبقى ثابتة حسب افتراضنا، يزداد استخدام الموارد المتكاملة مع المورد (أ) بينما يتناقص استخدام الموارد المتغيرة البديلة للمورد (أ) نتيجة لزيادة تشغيل المورد الأخير بعد انخفاض سعره . ونتيجة لهذه التغيرات فى تشغيل الموارد المتغيرة المتكاملة مع المورد (أ) والبديلة للمورد (أ) سينتقل كل من منحنى الناتج الحدى ومنحنى قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) نحو اليمين. وعموماً يتوقف شكل وموقع كل من منحنى (ن ح ١) ومنحنى (ق ن ح ١) الجديدين على طبيعة التغيرات التى تطرأ على مستويات تشغيل أى من الموارد المتغيرة الأخرى. وعندما تتفاعل آثار الإحلال والتكامل المذكورة مع

بعضها سوف تعمل المنشأة على منحنى قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) يشبه إلى حد كبير المنحنى (ق ن ح ٢) فى الشكل (٢-١٧) . وتحت هذه الظروف سوف تستخدم المنشأة الكمية (أَ٢) من المورد (أ) عند السعر الجديد (ث ٢)، كما يتحدد تشغيل المنشأة لأى من الموارد المتغيرة الأخرى عند المستوى الذى يحقق تساوى قيمة ناتجه الحدى مع سعره . وبتشغيل المنشأة للكمية (أ٢) من المورد (أ) عند السعر (ث ٢) تتحدد نقطة أخرى لتكن (جـ) على منحنى طلب المنشأة على المورد (أ) . وبنفس الطريقة يمكننا الحصول على نقط أخرى لعى منحنى الطلب (ط ١ط ١) فى الشكل (٢) ويبين منحنى الطلب (ط ١ط ١) الكميات التى تشتريها المنشأة من المورد (أ) عند مختلف الأسعار الممكنة - وذلك بفرض بقاء أسعار الموارد الأخرى على ما هى عليه وأن الكميات المستخدمة من الموارد المتغيرة الأخرى يتم تعديلها وفقاً لتغير سعر المورد (أ) . وتجدر الإشارة هنا إلى أن طلب المنشأة على المورد يكون عادة أكبر مرونة إذا قورن بأى من المنحنيات الفردية لقيمة الناتج الحدى للمورد. هذا ويميل منحنى طلب المورد لأن يكون مرناً كلما تعددت وتوافرت الموارد البديلة لذلك المورد.

٣ : منحنى طلب السوق :

يمكن اشتقاق منحنى طلب السوق على المورد عن طريق الجمع الأفقى لمنحنيات طلب المنشآت الفردية التى تستخدم ذلك المورد. والواقع أن هذه الطريقة البسيطة لا تأخذ فى الحسبان "تأثير السوق أو الآثار الخارجية" الناجمة عن التغير فى سعر المورد. وعلينا الآن توضيح طبيعة هذه الآثار الخارجية واعتباراتها الهامة عند استنباط منحنى طلب السوق للمورد.

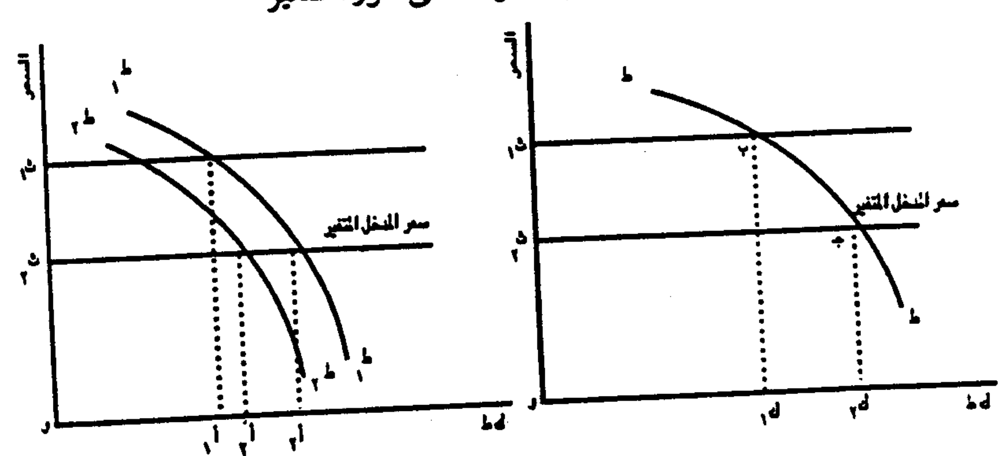
وطالما أن المنشأة الفردية فى حالة المنافسة الكاملة تمثل جزءاً ضئيلاً من السوق الذى تعمل فيه، ولايكون بمقدورها التأثير فى سعر السلعة التى تبيعها أو فى سعر المورد الإنتاجى الذى تستخدمه . وعليه فإن منحنى طلب المنشأة المتنافسة على المورد الإنتاجى يبين فى هذه الحالة مختلف الكميات التى تشتريها المنشأة من ذلك المورد

عند مختلف أسعاره الممكنة - مع الأخذ فى الاعتبار - بأن المنشأة لا تستطيع التأثير فى سعر السلعة التى تبيعها. وهذا معناه أن المنشأة الفردية تأخذ فى اعتبارها فقط الآثار الداخلية الناجمة عن تغير سعر المورد.

وتتأتى الآثار الخارجية عن التوسع أو الانكماش فى ناتج الصناعة بسبب تغير سعر المورد. ولتوضيح طبيعة الآثار الخارجية سوف نفترض أن الصناعة هى إحدى الصناعات التى تستخدم المورد (أ)، وأن سعر هذا المورد قد انخفض لسبب ما . وسيتركز اهتمامنا هنا على متابعة الآثار المترتبة على انخفاض سعر المورد فى الصناعة . إن انخفاض سعر المورد (أ) يحفز جميع المنشآت فى الصناعة (س) إلى التوسع فى استخدامها لذلك المورد، ونتيجة لذلك سيزداد إنتاجها للسلعة النهائية، إلا أن التوسع فى تشغيل المورد من جانب جميع المنشآت وفى وقت واحد قد يؤدى إلى ازدياد ناتج الصناعة وبدرجة يتناقص معها سعر السلعة فى السوق. وهذا الانخفاض فى سعر السلعة سيؤدى بالطبع إلى تناقص قيم النواتج الحدية للمورد (أ)، وبالتالى تناقص طلب المنشأة الفردية على ذلك المورد. أو بعبارة أخرى ستنتقل مجموعة منحنيات قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) نحو اليسار فى كل مرة ينخفض فيها سعر السلعة النهائية . ويعنى ذلك بالتالى انتقال منحنيات الطلب الفردية للمورد (أ) نحو اليسار عند انخفاض سعر السلعة النهائية .

شكل رقم (٣-١٧)

منحنى طلب السوق على المورد المتغير



ويبين الشكل (٣-١٧) طبيعة الآثار الخارجية لتغير سعر المورد (أ)، وكيفية اشتقاق منحنى طلب السوق للمورد (أ) . ولنفترض أن المنشأة الممثلة فى الشكل المذكور، أو أية منشأة أخرى تستخدم ذلك المورد، فى حالة توازن مبدئى وتقوم بتشغيل القدر (أ$_{١}$) عند السعر (ث$_{١}$)، وأن الكمية المستخدمة فى السوق عامة عند السعر (ث$_{١}$) هى (ك$_{١}$) . وعليه فإن النقطة (ب) تقع على منحنى طلب السوق المورد (أ) . أما المنحنى (ط$_{١}$ ط$_{١}$) فيمثل طلب المنشأة للمورد(أ).

لنفرض الآن أن سعر المورد (أ) قد انخفض إلى المستوى (ث $_{٢}$) . إن انخفاض السعر فى هذه الحالة يشجع كل منشأة على التوسع فى استخدام المورد (أ) لتصل إلى تشغيل الكمية (أ $_{٢}$) وإذا حدث وتوسعت المنشأة الفردية (فى كل صناعة تستخدم المورد أ) فى تشغيل المورد (أ) وترتب على ذلك ازدياد ملحوظ فى ناتج الصناعة، فإن سعر السلعة النهائية سوف ينخفض . ويترتب على انخفاض سعر السلعة انتقال منحنى طلب المنشأة على المورد (أ) نحو اليسار، وفى وضعه الجديد (ط $_{٢}$ ط $_{٢}$) . وعندئذ تستخدم المنشأة الكمية (أَ$_{٢}$) بدلاً من (أ$_{١}$) . وبذلك يمكن القول بأن الآثار الخارجية لانخفاض سعر المورد تؤدى بالفعل إلى تقييد التوسع فى تشغيل المورد.

وبتجميع الكميات التى تستخدمها المنشآت فى الصناعة عند السعر الجديد (ث$_{٢}$) - وليكن المجموع هو (ك $_{٢}$- نحصل على نقطة أخرى ولتكن (جـ) على منحنى طلب السوق للمورد (أ) . وبنفس الطريقة السابقة يمكننا تحديد نقطة أخرى مماثلة . وبتوصيل هذه النقطة نحصل على منحنى طلب السوق مشابه للمنحنى (ط ط).

٤ : منحنى عرض السوق :

يمثل منحنى عرض السوق لأى مورد مختلف الكميات التى يطرحها أصحاب المورد فى السوق عند مختلف الأسعار الممكنة . وبصفة عامة يميل منحنى عرض المورد إلى أعلى جهة اليمين موضحاً العلاقة الطردية بين الكمية المعروضة من المورد وسعر ذلك المورد. فإذا كان المورد موضع الاعتبار هو نوع معين من العمل، فإن

ارتفاع الأجور يشجع عدداً أكبر من العمال لممارسة هذا العمل. ومن جهة أخرى فإن ارتفاع الأجور فى وظيفة معينة يستدرج العمال المؤهلين لهذه الوظيفة من الوظائف الأخرى التى تدفع أجوراً أقل. هذا وتعمل قوى مماثلة فى التأثير على عرض الموارد الأخرى غير البشرية . ففى صناعة النفط مثلاً يؤدى ارتفاع أسعار الزيت الخام إلى رواج سريع وملحوظ . والعكس بالعكس. وعلى الرغم من أهمية تحديد الأشكال المختلفة لمنحنيات عرض المورد فى تحليل بعض المشاكل الاقتصادية، إلا أن هذا الأمر لايهمنا كثيراً فى تحليلنا الراهن. وعموماً يمكن القول بأن منحنيات العرض تتباين فى أشكالها حسب طبيعة كل مورد. فقد يكون منحنى عرض المورد متجهاً لأعلى جهة اليمين يختلف فى حدته من مورد لآخر. وقد يكون رأسياً تماماً، كما قد يكون ملتفاً للخلف عند المستويات السعرية المرتفعة . ومع ذلك لايؤثر اختلاف أشكال منحنيات العرض بهذه الصورة كثيراً على التحليل الخاص بتسعير وتشغيل الموارد.

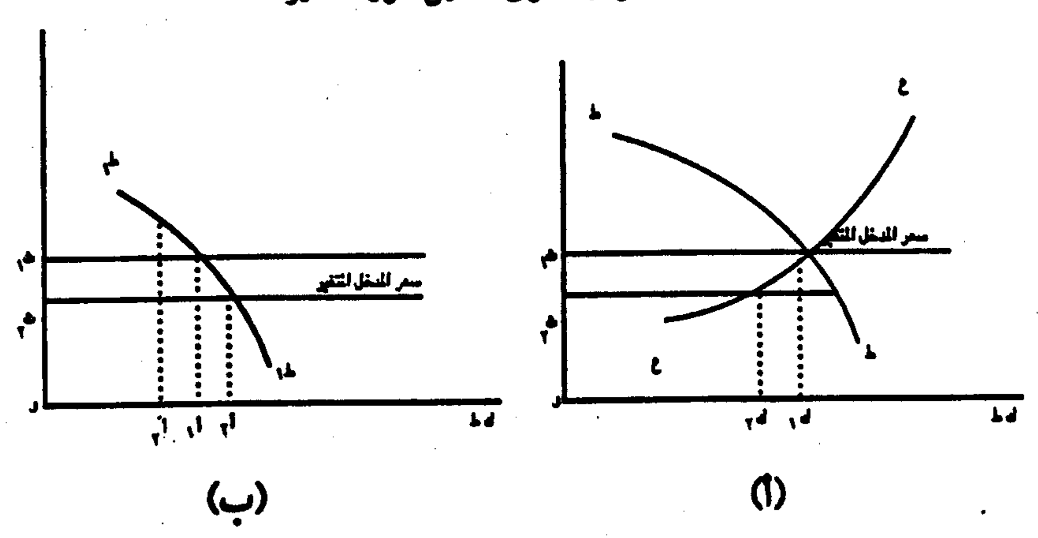
٥ : تسعير الموارد وتحديد مستوى التشغيل :

يمكن توضيح كيفية تحديد سعر المورد فى السوق عن طريق الجمع بين ظروف الطلب، كما يوضحها منحنى طلب المورد فى السوق وبين ظروف عرض المورد كما يبينها منحنى عرض المورد فى السوق. فالسعر التوازنى للمورد يتحدد عادة عند المستوى الذى تتساوى عنده الكمية التى يرغب المشترون فى شرائها من هذا المورد مع الكمية التى يرغب البائعون فى بيعها من هذا المورد.

ويبين الشكل (٤-١٧) منحنى طلب السوق (ط ط) . ومنحنى عرض السوق (ع ع) للمورد (أ) . وبذلك يتحدد سعر المورد (أ) فى السوق عند المستوى (ث١) . وعند أى مستوى سعرى يفوق سعر التوازن يقبل البائعون على بيع كمية أكبر من تلك التى يرغب المشترون فى شرائها . ويترتب على ذلك تفشى البطالة بين وحدات المورد. مما يؤدى إلى تنافس أصحاب الوحدات العاطلة فيما بينهم بقصد تحقيق التشغيل الكامل لوحدات موردهم. ويكون من نتيجة ذلك انخفاض سعر المورد إلى المستوى (ث١) مرة أخرى.

شكل رقم (٤-١٧)

تحديد سعر ومستوى تشغيل المورد المتغير



وجدير بالذكر أن تحديد سعر التوازن للمورد بالكيفية المبينة أعلاه يقوم على افتراض وجود اقتصاد مستقر يحقق مستوى مرتفع من التشغيل. ويعنى هذا الافتراض عدم وجود تقلبات اقتصادية ملحوظة . ويتضمن هذا الافتراض إتباع الحكومة سياسة مالية ونقدية تضمن استقرار الدخل القومى عند مستوى مرتفع من تشغيل الموارد.

وعندما يعمل المشروع فى اقتصاد لايتسم بالاستقرار تصبح عملية تحديد أسعار الموارد ومستويات تشغيلها أكثر تعقيداً بالمقارنة بالتحليل المبسط المعروض سابقاً. ففى مثل هذه الظروف ترتبط ظروف العرض والطلب على الموارد بعضها ببعض، الأمر الذى يزيد من تعقيد عملية تحديد أسعار هذه الموارد ومستويات تشغيلها. ففى أوقات الكساد مثلاً يترتب على انخفاض الطلب على السلع النهائية وموارد الإنتاج ظهور البطالة وتناقص أسعار الموارد. وحيث أن حجم الدخول الشخصية يتحدد عادة بمستويات تشغيل الموارد وأسعارها فى السوق فيمكن القول بأن انخفاض أسعار الموارد يتبعه باستمرار هبوط فى مستويات دخول الأفراد، وبالتالى نقصان فى الطلب على كل من السلع النهائية والموارد الإنتاجية . ويعنى ذلك أن منحنيات طلب الموارد

فى الاقتصاد غير المستقر تتوقف بدرجة معينة على مستويات البطالة وأسعار الموارد. علاوة على ذلك فإن خوف أصحاب الموارد من البطالة، ومن انخفاض دخولهم فى ظروف الانكماش يدفعهم إلى عرض كميات أكبر مما فى حوزتهم من الموارد عند نفس الأسعار، ويعنى ذلك انتقال منحنيات عرض الموارد نحو اليمين مما يضاعف من أخطار البطالة وتفشيها بدرجة ملموسة . وهذا يوضح مدى الارتباط القائم بين الاقتصاد الجزئى والاقتصاد الكلى.

نعود الآن إلى مسألة تسعير وتشغيل المورد فى نطاق الاقتصاد المستقر. ففى مثل هذه الظروف تستطيع المنشأة المتنافسة شراء أية كمية بالسعر السائد فى السوق. وبناء على ذلك يكون منحنى عرض المورد، كما يبدو للمنشأة الفردية أفقياً عند سعر التوازن - كما هو ظاهر فى الشكل (٤-١٧/ ب)، ويلاحظ فى الشكل (٤-١٧) تماثل المحورين الرأسيين الدالين على سعر المورد فى كل من المنشأة والسوق. ويختلف هذا الوضع بالنسبة للمحور الأفقى الممثل للكميات فى الحالتين، إذ نلاحظ أن محور الكميات فى حالة السوق قد ضغطت وحداته بالمقارنة بمحور الكميات فى حالة المنشأة الفردية . وعند السعر (ث$_{١}$) سوف تستخدم المنشأة الكمية (أ$_{١}$) حيث تتساوى قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) مع سعره فى السوق. ويتحدد مستوى تشغيل المورد فى السوق عند (ك$_{١}$)، وهو عبارة عن مجموع الكميات التى تستخدمها المنشآت فى مجموعها عند السعر (ث$_{١}$) .

هذا ويعتقد البعض أن المورد الإنتاجى يحصل فى بعض الأحيان على سعر أقل من سعر التوازن، مما يستوجب علينا إلقاء الضوء على هذا الأمر من جميع جوانبه . فإذا عدنا إلى الشكل (٤) وافترضنا أن سعر المورد (أ) قد تحدد مثلاً عند المستوى (ث$_{٢}$) لوجدنا أن المنشأة ترغب فى تشغيل القدر (أ$_{٢}$) وذلك بقصد تحقيق أقصى ربح من استخدام المورد (أ) . غير أن كمية المورد التى ستعرض فى السوق عند السعر (ث$_{٢}$) تتمثل بالقدر (ك$_{٢}$) فقط، وهذه الكمية فى حد ذاتها لاتكفى لسد متطلبات جميع

المنشآت التى تستخدم المورد (أ) . وفى مثل هذه الظروف تحصل كل منشأة على كمية أقل من (أ٢) - ولتكن مثلاً (أ٢)، وعندئذ تكون قيمة الناتج الحدى للمورد بقصد زيادة الأرباح . وحينئذ يكون فى اعتقاد كل منشأة على حدة أنها لو عمدت إلى رفع السعر قليلاً عن المستوى (ث ٢) سوف تتمكن من الحصول على كل ما تريده من وحدات المورد. وسوف تحاول جميع المنشآت الأخرى عمل نفس الشيء، الأمر الذى يؤدى إلى ارتفاع سعر المورد حتى المستوى (ث١) وهو سعر التوازن. والواقع أن أية منشأة لاتستطيع الحصول على كل ما تريده من المورد ما لم يرتفع السعر إلى المستوى (ث١) . ويرجع ذلك إلى استحالة التكتل أو قيام الاتفاقات الاحتكارية بين المنشآت فى ظل المنافسة الكاملة . وفى غياب هذا التكتل تعمل كل منشأة مستقلة عن الأخرى، وتحاول رفع سعر المورد للحصول على ما تريده من ذلك المورد، وعموماً يمكن القول بأنه تحت ظروف المنافسة الكاملة فى شراء المورد. فإن السلوك المستقل من جانب كل منشأة على حدة ومحاولتها تحقيق أقصى ربح يستبعدان إمكانية تسعير المورد عند مستوى أقل من سعر التوازن.

وتحت ظروف المنافسة الكاملة يحصل المورد على سعر يتساوى مع قيمة ناتجه الحدى. وهذا معناه أن وحدة المورد تحصل على قدر مساو تماماً لما تساهم به فى قيمة الناتج الكلى فى الاقتصاد. ويمثل طلب السوق للمورد (أ) قيمة الناتج الحدى لذلك المورد فى جميع استخداماته مجتمعة، كما أن سعر المورد يتحدد طبقاً لظروف العرض والطلب فى السوق. ويعنى ذلك أن سعر المورد فى السوق يتساوى بالفعل مع قيمة الناتج الحدى للمورد فى أى من المنشآت الفردية أو فى جميع المنشآت التى تستخدم المورد.

وتأخذ المنشأة فى ظل المنافسة الكاملة سعر المورد على ما هو عليه، وتقوم بتعديل الكمية المستخدمة من المورد بالكيفية التى يتحقق معها تساوى قيمة الناتج الحدى للمورد مع سعره فى السوق.

ويمكن التوصل إلى الشروط التى يتم بموجبها تحديد الكميات والنسب الصحيحة من الموارد المتغيرة بقصد تحقيق أكبر ربح للمنشأة . وذلك بأن نأخذ فى اعتبارنا تشغيل كل مورد على حدة . ولاستنباط هذه المبادئ نفترض أن المنشأة تستخدم موردين متغيرين هما (أ، ب) .

ولكى تحقق المنشأة أقصى ربح من استخدام المورد (أ) يتعين عليها تشغيل وحدات إضافية من ذلك المورد حتى تصل للقدر الذى يتحقق معه الشرط التالى:

$$\text{ن ح}_{\text{أ}} \times \text{ث}_{\text{س}} = \text{ث}_{\text{أ}} \quad \text{أو :} \quad \frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ث}_{\text{أ}}} = \frac{1}{\text{ث}_{\text{س}}} \qquad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (1)$$

وبالمثل يتعين على المنشأة تشغيل المورد (ب) بالقدر الذى يحقق الشرط التالى:

$$\text{ن ح}_{\text{ب}} \times \text{ث}_{\text{س}} = \text{ث}_{\text{ب}} \quad \text{أو :} \quad \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ث}_{\text{ب}}} = \frac{1}{\text{ث}_{\text{س}}} \qquad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (2)$$

وبمقانة المعادلتين السابقتين معاً نلاحظ أن :

$$\frac{\text{ن ح أ}}{\text{س أ}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ث}_{\text{ب}}} = \frac{1}{\text{س هـ}} \qquad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (3)$$

ويمكن التعبير عن هذا الشرط بدلالة التكلفة الحدية لإنتاج السلعة (س) ، فإذا استخدمت المنشأة وحدة إضافة من المورد المتغير (أ) فإن تكاليف الإنتاج بالمنشأة سيزيد بمقدار ثمن هذه الوحدة من المورد (ث أ) ، وسيزيد الإنتاج من السلعة (س) بقيمة الناتج الحدى لهذه الوحدة (ن ح $_{\text{أ}}$) ، وحيث أن التكلفة الحدية تعادل :

$$\text{ت ح} = \frac{\Delta\ \text{ت ك}}{\Delta\ \text{حجم الإنتاج}}$$

$$\text{ت ح} = \frac{\text{ث أ}}{\text{ن ح أ}} \qquad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (4)$$

وعلى هذا الأساس ستكون :

$$\text{ت ح} = \frac{\text{ث}_{\text{ب}}}{\text{ن ح}_{\text{ب}}} \qquad \cdots\cdots (٥)$$

ومن ثم سيكون :

$$\frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ث}_{\text{أ}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ث}_{\text{ب}}} = \frac{١}{\text{ت ح}_{\text{س}}} \qquad \cdots\cdots (٦)$$

$$\therefore \quad \frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ث}_{\text{أ}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ث}_{\text{ب}}} = \frac{١}{\text{ت ح}_{\text{س}}} = \frac{١}{\text{ث}_{\text{س}}} \qquad \cdots\cdots (٧)$$

وتعنى المعادلة الأخيرة أن المنشأة عندما تستخدم كل من الموارد المتغيرة بالكمية المطلقة الصحيحة بهدف تحقيق أقصى ربح، فهذا معناه أنها تستخدم الموارد المتغيرة بالنسب الصحيحة أيضاً.

ونأخذ مقلوب المعادلة (٧) نحصل على النتيجة التالية :

$$\frac{\text{ث}_{\text{أ}}}{\text{ن ح}_{\text{أ}}} = \frac{\text{ث}_{\text{ب}}}{\text{ن ح}_{\text{ب}}} = \text{ت ح} = \text{ث}_{\text{س}}$$

وهذا الشرط يعنى أن الكمية المثلى المستخدمة من أى عنصر إنتاجى (أو خدمات العناصر الإنتاجية المختلفة مجتمعة) بالنسبة للمنشأة هى تلك الكميات التى تحقق حجم إنتاج للمنشأة تتعادل عنده التكلفة الحدية (ت ح) مع سعر بيع المُنتَج النهائى ($\text{ث}_{\text{س}}$).

وتجدر الإشارة فى النهاية إلى أن أى تغير فى سعر المورد سيؤدى بالفعل إلى انتقال وحدات المورد من أوجه الاستخدام التى تدفع لوحدة المورد سعراً أقل إلى تلك التى يدفع فيها سعراً أعلى. ويستمر انتقال وحدات المورد فى هذا الاتجاه إلى أنى

سود سعر موحد فى السوق. ويعنى ذلك أن سعر المورد - أو تكلفة الوحدة منه بالنسبة للمنشأة - سوف يتساوى مع قيمة ناتجه الحدى فى استخداماته البديلة .

٦: الريع الاقتصادى وعوائد المدخلات الثابتة :

من المعلوم أن المرونة الكاملة فى انتقال الموارد لاتتحقق عادة خلال الفترة القصيرة حتى فى ظروف المنافسة الكاملة . فالموارد التى تحدد الطاقة الإنتاجية للمشروع تكون فى المعتاد ثابتة بمعنى أن الكميات المستخدمة منها فى الاستخدامات الحالية لايمكنها الانتقال إلى أوجه الاستخدام الأخرى، وكلما طالت الفترة الزمنية موضع الاعتبار كلما قل عدد الموارد الثابتة المستخدمة فى الإنتاج . والواقع أن عوائد الموارد الثابتة لاتتحدد وفقاً للمبادئ المذكورة فى هذا الفصل. ويرجع ذلك إلى أن مقدرة هذه الموارد على الانتقال تكون معدومة تماماً فى الأجل القصير. وعليه فإن عوائدها تتمثل بالطبع فيما يتبقى من الإيرادات الكلية بعد ما تحصل الموارد المتغيرة على ما تستحقه من عوائد. وحيث أن عوائد الموارد المتغيرة تتحدد بما قد تحصل عليه هذه الموارد فى الاستخدامات البديلة . وبعبارة أخرى يجب أن تحصل هذه الموارد المتغيرة على عوائد تساوى قيم نواتجها الحدية فى أوجه الاستخدامات البديلة . ويطلق على الجزء المتبقى الذى تحققه الموارد الثابتة إصطلاح "الريع الاقتصادى"[1].

ويمكن توضيح طبيعة الريع الاقتصادى بتحليل الشكل (٥-١٧) الذى يصور الوضع التوازنى قصير المدى لمنشأة تعمل فى ظل المنافسة الكاملة .

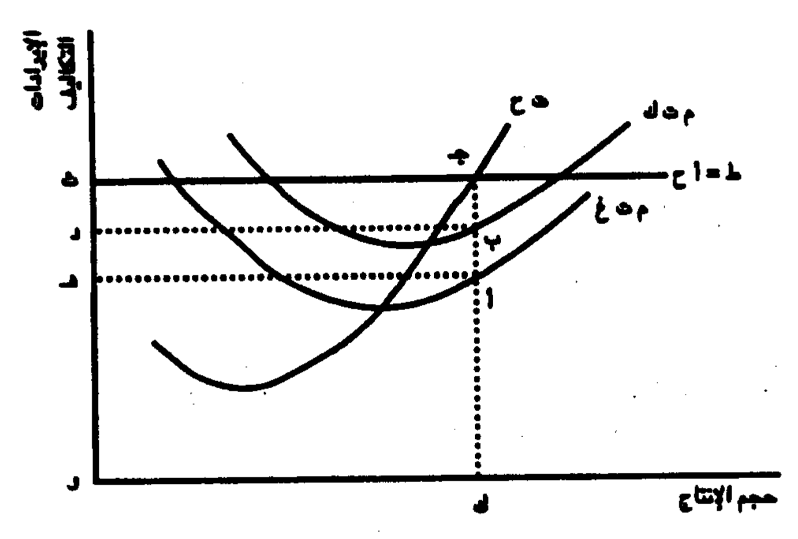
ويبين الشكل (٥-١٧) منحنيات التكاليف الثلاثة الخاصة بالمنشأة فى الأجل القصير، وهى : م ت ع، م ت ك، ت ح ك.

---

(١) يطلق علي هذه العوائد في العديد من الكتابات الاقتصادية لفظ "شبه الريع" ، وكثيراً ما يستعمل مفهوم شبه الريع - الذي أطلقه الفريد مارشال- بشكل يغلب عليه طابع الغموض ، الأمر الذي يدعونا إلي عدم استعماله.

شكل رقم (٥-١٧)

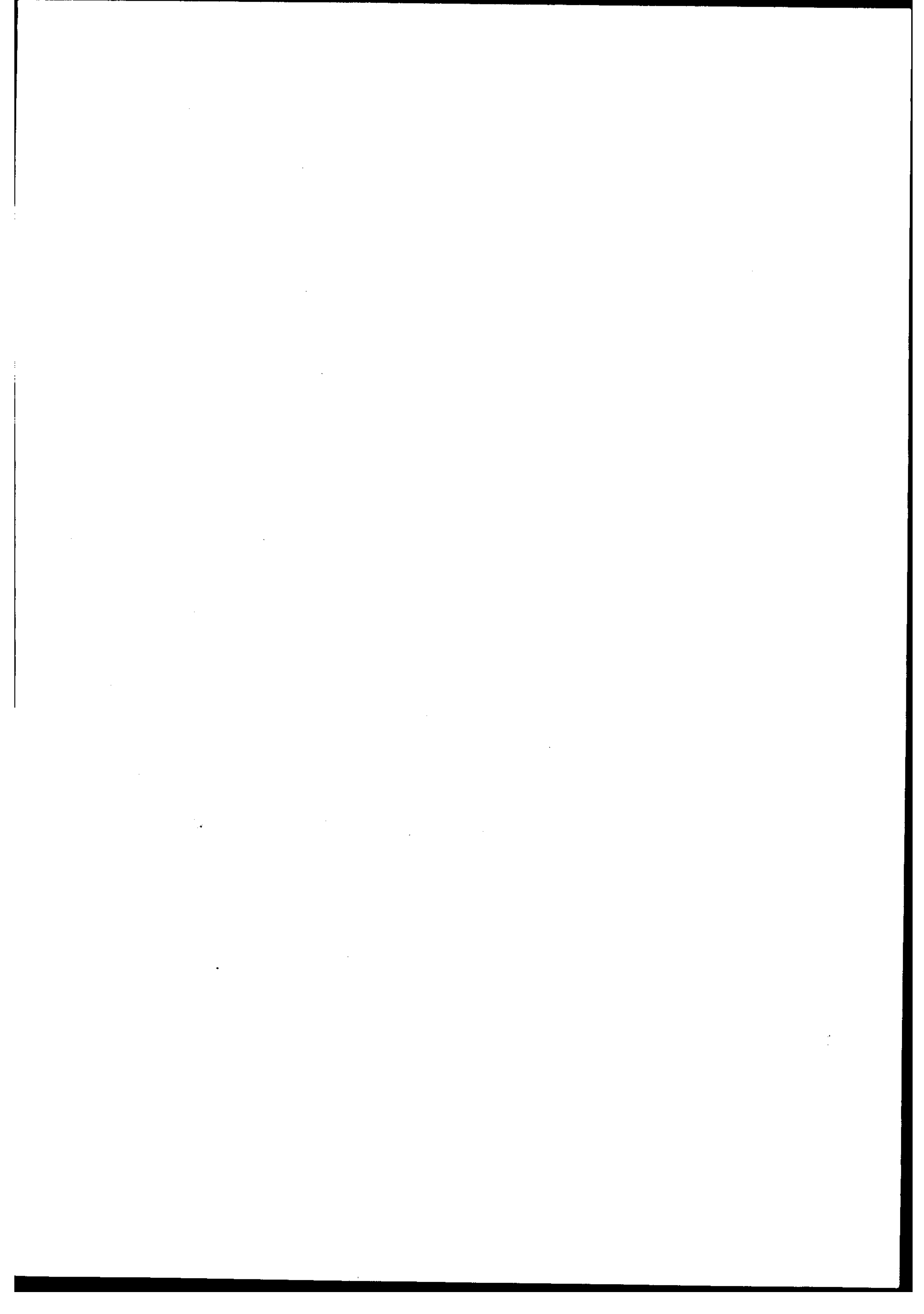
الريع الاقتصادى وتحديد أسعار الموارد الثابتة



وتحت هذه الظروف تقوم المنشأة بإنتاج الكمية (و ك) عندما يكون سعر السلعة فى السوق عند المستوى (و ث)، كما تبلغ تكاليف الموارد المتغيرة (القادرة على الانتقال بحرية كاملة) القدر الممثل بمساحة المستطيل (و هـ أ ك) - وهو القدر اللازم لبقاء هذه الموارد فى المنشأة موضع الاعتبار. وإذا حاولت المنشأة دفع قدر أقل من ذلك سوف تنتقل بعض أو كل هذه الموارد إلى الاستخدامات الأخرى، حيث تكون قيم نواتجها الحدية والأسعار التى تدفع لها فى مستوى أعلى مما تدفعه المنشأة . وبناء على ذلك فإن منحنى متوسط التكاليف المتغيرة يشير بالطبع إلى تكلفة الوحدة من الناتج التى يتعين على المنشأة تحملها نظير استخدامها للموارد المتغيرة . أما عوائد الموارد الثابتة فتتمثل بالجزء المتبقى من الإيرادات الكلية للمنشأة بعد دفع مستحقات الموارد المتغيرة . وفى حالة المنشأة موضع الدراسة هنا يتحدد نصيب الموارد الثابتة بالقدر الممثل مساحة المستطيل (هـ ث جـ أ) . ويتبين فى الشكل (٥-١٧) أن قيمة الريع الاقتصادى تقل بالطبع كلما انخفض سعر السلعة والعكس. ويجدر بنا الآن أن نتساءل عن طبيعة منحنى متوسط التكاليف الكلية فى الأجل القصير. ولتوضيح مضمون هذا المنحنى سوف نتصور أننا جمعنا الموارد الثابتة مع بعضها وأطلقنا عليها

لفظ "الاستثمار" فى المنشأة . وفى هذه الحالة يمثل الريع الاقتصادى العائد على هذا الاستثمار فى المنشأة . والواقع أن جزءاً معيناً من الريع يمثل التكاليف الثابتة فى المنشأة بينما يمثل الجزء المتبقى أرباحاً صافية تحققها المنشأة . فلو وجه الاستثمار إلى أى استخدام بديل لما حقق أكثر من القدر الممثل بمساحة المستطيل (هـ د ب أ)، وهذا القدر يشير بالطبع إلى التكاليف الثابتة التى تتحملها المنشأة . أما الجزء المتبقى من الريع أى القدر (د ب جـ ث) فيمثل الأرباح التى تحققها المنشأة . ولنذكر هنا أن متوسط التكاليف الكلية عند أى مستوى من الناتج يتضمن متوسط التكاليف الثابتة ومتوسط التكاليف المتغيرة عند ذلك الناتج .

وقد يتساوى الريع الاقتصادى مع القدر اللازم لتغطية التكاليف الثابتة. وقد يكون أقل أو أكبر من ذلك القدر. فإذا كان الاستثمار فى المنشأة يحقق عائداً أعلى مما قد يحصل عليه فى أى مجال آخر. فإن الريع الاقتصادى يكون فى هذه الحالة أعلى من التكاليف الكلية الثابتة . وحينئذ تحقق المنشأة أرباحاً اقتصادية . ومن جهة أخرى لاتحقق المنشأة أية أرباح على الإطلاق كما لاتتحمل أية خسائر عندما يتساوى الريع مع التكاليف الكلية الثابتة – وهذا ما يحدث بالفعل عندما يحصل الاستثمار فى المنشأة على عائد مساوٍ لما قد يحصل عليه فى المجالات الأخرى فى الاقتصاد. أما إذا كان سعر السلعة منخفضاً بحيث يكون الريع أقل من التكاليف الكلية الثابتة . فإن المنشأة فى هذه الحالة تتحمل بعض الخسائر – وحينئذ يقل عائد الاستثمار فى المنشأة عما قد يحصل عليه فى المجالات البديلة فى الاقتصاد.



الفصل الثامن عشر
تحليل أسواق مدخلات الإنتاج
تحت ظروف الاحتكار

يمكن تعديل المبادئ التى تضمنها التحليل فى الفصل السابق لتتفق مع وجود المنافسة غير الكاملة سواء فى أسواق النواتج النهائية أو فى أسواق الموارد أو فى كليهما معاً. ففى حالة احتكار البيع للناتج النهائى تتمثل هذه التعديلات فى إعادة النظر فى تعريف منحنى طلب المنشآت للمورد. وبالمثل تجرى تعديلات مشابهة فى حالات المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة فى أسواق النواتج النهائية. أما فى حالة احتكار الشراء للمورد فيتطلب الأمر تعديل نظرتنا السابقة لمنحنى عرض المورد الذى تواجه المنشأة الفردية . كما يتحتم إجراء مثل هذا التعديل عند تحليل حالات المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة فى أسواق الموارد الإنتاجية . وبناء على ذلك سيكون التحليل فى هذا الفصل حول سلوك :

١) المنشآت التى تبيع الناتج النهائى فى ظل الاحتكار بينما تشترى الموارد الإنتاجية تحت ظروف المنافسة الكاملة .

٢) المنشآت التى تشترى الموارد الإنتاجية فى ظل الاحتكار بينما تبيع الناتج النهائى تحت ظروف المنافسة الكاملة أو الاحتكار.

١ : تسعير وتشغيل الموارد فى أسواق احتكار بيع المنتجات النهائية :

يواجه المنتجه محتكر البيع الذى يستخدم عدة موارد متغيرة بمشكلة اختيار مجموعات الموارد الأقل تكلفة لإنتاج الكميات المختلفة من السلعة النهائية . وتتحدد مجموعة الموارد الأقل تكلفة لإنتاج كمية معينة من السلعة على أساس المبدأ المذكور فى الفصل السابق، باعتبارها المجموعة التى يتحقق عندها تساوى الناتج الحدى لما قيمته جنيه واحد من أحد الموارد المتغيرة مع الناتج الحدى لما قيمته جنيه من كل من الموارد المتغيرة الأخرى. ففى حالة تشغيل موردين متغيرين فقط مثل (أ، ب) يتعين على محتكر البيع ربط وحدات الموردين بالكيفية التى يتحقق معها ما يلى :

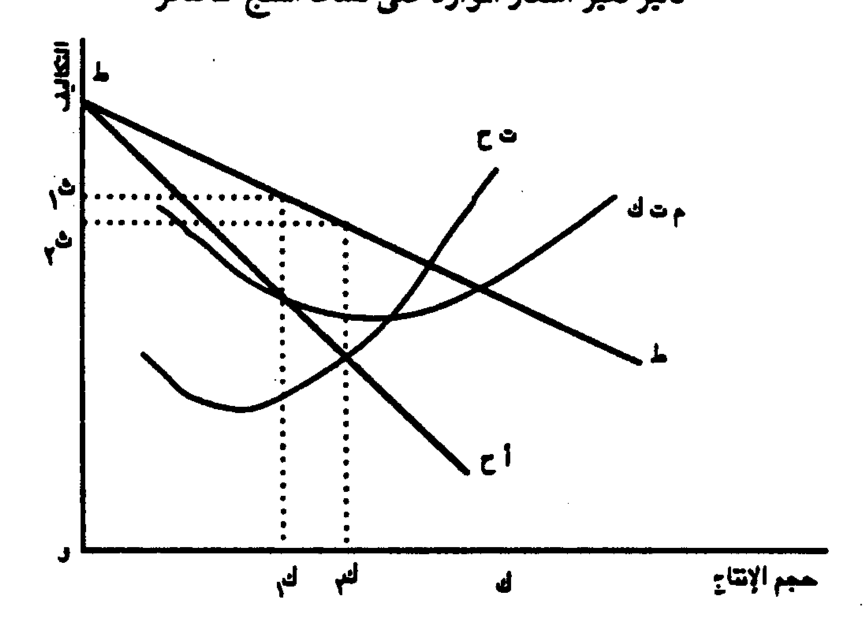
$$\frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ث}_{\text{أ}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ث}_{\text{ب}}}$$

والواقع أن محتكر البيع الذى يسعى لتحقيق أقصى ربح لا يكتفى بتحديد مجموعة الموارد الأقل تكلفة، بل يحاول بالفعل اختيار الكميات المطلقة من تلك الموارد لإنتاج القدر المحقق لأقصى ربح - أى حجم الإنتاج من السلعة النهائية الذى يتحقق معه تساوى الإيراد الحدى من مبيعاته مع التكلفة الحدية . ولتوضيح ذلك نفترض أن محتكر البيع يستخدم مجموعة الموارد الأقل تكلفة لإنتاج الكمية ($ك_١$) من السلعة (س) - فى الشكل (١-١٨). ولكن الكمية ($ك_١$) لاتكفى لتحقيق أكبر ربح لمحتكر البيع وذلك لأن الإيراد الحدى من بيع السلعة (س) يفوق بالفعل التكلفة الحدية عند هذه الكمية . وهذا معناه أن ناتج السلعة (س) وكميات الموارد المستخدمة فى إنتاجها تكون من الصغر بحيث لاتمكن محتكر البيع من تحقيق أقصى ربح.
وبذلك يمكن تمثيل موقف محتكر البيع فى هذه الحالة بالمعادلة التالية :

$$\frac{1}{\text{أ ح}_{\text{س}}} < \frac{1}{\text{ت ح}_{\text{س}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ث}_{\text{ب}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ث}_{\text{أ}}}$$

شكل رقم (١-١٨)

تأثير تغير أسعار الموارد على نشاط المنتج المحتكر



وفى هذه الحالة يستطيع محتكر البيع التوسع فى مستوى ناتجه عن طريق زيادة كميات الموردين (أ، ب) المستخدمة مع الموارد الثابتة . ونتيجة لذلك يتناقص الناتج الحدى لكل من الموردين مما يؤدى بالتالى إلى ازدياد التكلفة الحدية للناتج . ومن جهة أخرى يترتب على زيادة إنتاج محتكر البيع تناقص إيراداته الحدية . هذا وسيستمر المحتكر فى زيادة تشغيله للموردين (أ، ب)، والتوسع فى الإنتاج حتى يصل إلى حجم الإنتاج الذى تتساوى عنده التكلفة الحدية مع الإيراد الحدى. وعليه يحقق محتكر البيع أقصى ربح بإنتاج الكمية (ك ٢) وبيعها بالسعر (ث ٢) . وفى هذه الحالة يتم تشغيل الموردين المتغيرين بالنسبة الصحيحة وبالكميات المطلقة الصحيحة أيضاً. وبذلك يمكن تلخيص حالات تحقيق أقصى ربح، فيما يتعلق بمشتريات الموارد وربط وحداتها فى الإنتاج ومستوى الناتج، كما يلى:

$$\frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ث}_{\text{أ}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ث}_{\text{ب}}} = \frac{١}{\text{ت ح}_{\text{س}}} = \frac{١}{\text{أ ح}_{\text{س}}}$$

وهذه المبادئ المتعلقة بتحقيق أقصى ربح تنطبق بالفعل على جميع أسواق البيع - أى المنافسة الكاملة، الاحتكار الكامل، احتكار القلة، والمنافسة الاحتكارية - بشرط شراء الموارد تحت ظروف المنافسة الكاملة[1].

١-١ : تسعير وتشغيل مورد متغير وحيد :

لاتختلف مبادئ تسعير وتشغيل مورد متغير معين فى ظل احتكار البيع للناتج النهائى مما جرى مناقشته فى الفصل السابق. فمنحنى طلب محتكر البيع على المورد لايختلف فى مضمونه وجوهره عن منحنى طلب المنشأة المتنافسة على نفس المورد. وعلى الرغم من ذلك فإن طريقة تقدير واشتقاق منحنى طلب المنشأة للمورد تختلف

(١) لاتختلف هذه المبادئ في جوهرها عن نظيرتها في حالة المنافسة الكاملة ، حيث يستبدل سعر الناتج في حالة المنافسة الكاملة بالإيراد الحدي للناتج في حالة الاحتكار. وحيث أن سعر الناتج يتساوي بالفعل مع الإيراد الحدي في حالة المنافسة الكاملة ، فإن المبادئ المذكورة أعلاه تنطبق كذلك علي حالة المنافسة الكاملة .

بعض الشيء فى حالات المنافسة غير الكاملة عما ذكرناه فى الفصل السابق. ولاشتقاق منحنى طلب المنشأة على المورد المتغير يجب أن نميز بين الحالة التى يكون فيها المورد موضع الاعتبار هو المورد المتغير الوحيد، وتلك التى يستخدم فيها المنتج موارد متغيرة أخرى.

١-١-١ : منحنى طلب المنشأة : فى حالة تشغيل مورد واحد متغير :

حتى يحقق محتكر البيع أقصى ربح من تشغيل مورد متغير معين يتعين عليه استخدام الكمية التى يتساوى عنده مقدار ما تضيفه الوحدة الأخيرة من المورد إلى إيراداته الكلية مع ما تضيفه تلك الوحدة إلى تكلفته الكلية . وبنفس الطريقة المذكورة فى الفصل السابق يمكن تحديد الكميات التى تشتريها المنشأة من المورد عند مختلف الأسعار الممكنة على ضوء تحديد أثر الوحدات المتتالية من المورد على كل من الإيرادات الكلية والتكاليف الكلية للمنشأة.

جدول رقم (١-١٨)

منحنى طلب المنشأة فى حالة تشغيل مورد واحد متغير

(١) كمية المورد (أ)	(٢) الناتج الحدى للمورد (أ) ن ح أ	(٣) الناتج الكلى	(٤) سعر الناتج ث س جنيه	(٥) الإيراد الكلى جنيه	الإيراد الحدى أ ح جنيه	(٦) ناتج الإيراد الحدى للمورد (أ) ن أ ح أ جنيه
٤	٨	٢٨	١٠	٢٨٠	-	-
٥	٧	٣٥	٩	٣١٥	٥	٣٥
٦	٦	٤١	٨,١	٣٣٢,١	٢.٨٥	١٧,١
٧	٥	٤٦	٧,٥٠	٣٤٥	٢.٥٨	١٢,٩
٨	٤	٥٠	٧,١	٣٥٥	٢,٥	١٠

ويوضح الجدول (١-١٨) التغيرات التى تطرأ على الإيرادات الكلية فى المنشأة والأسباب المؤدية لهذه التغيرات، حيث يبين العامود الأول والثانى جزءاً من جدول الناتج الحدى للمورد (أ) فى المرحلة الثانية لهذا المورد. وطالما أن المورد (أ) هو المورد المتغير الوحيد، فإن الكميات المستخدمة من الموارد الأخرى سوف تبقى ثابتة . ويصور العمودان الثالث والرابع جزءاً من جدول الطلب على سلعة محتكر البيع الذى يقابل مختلف الكميات التى يستخدمها من المورد (أ) فى العامود الأول.

أما العمود السادس فيبين الزيادة فى الإيراد الكلى لمحتكر البيع نتيجة للتوسع فى تشغيل المورد (أ) بوحدات متتالية . ويطلق على الزيادة فى الإيراد الكلى الناجمة من الزيادة فى استخدام المورد بوحدة واحدة اصطلاح "ناتج الإيراد الحدى" Marginal Revenue Product للمورد. هذا ويمكن تقدير ناتج الإيراد الحدى عند أية كمية من المورد (أ) مباشرة من بيانات الإيراد الكلى فى العامود الخامس. كما يمكن احتسابه عن طريق إيجاد حاصل ضرب الناتج الحدى للمورد (أ) فى الإيراد الحدى المتحصل عليه من بيع السلعة النهائية ، فعندما يستخدم محتكر البيع خمس وحدات من المورد (أ)، عندئذ يقدر ناتج الإيراد الجدى للمورد (أ) - أى ن أ ح ١ - بحاصل ضرب الناتج الحدى للمورد عند هذه الكمية فى الإيراد الحدى المتحصل عليه من كل وحدة إضافية لمبيعات المحتكر[1].

وبزيادة محتكر البيع لتشغيل المورد (أ) سيتناقص ناتج الإيراد الحدى لذلك المورد، ويرجع هذا التناقص إلى سببين رئيسين هما :

١) تناقص الناتج الحدى للمورد بزيادة الكمية المستخدمة منه. وذلك لسريان قانون الغلة المتناقصة .

٢) تناقص الإيراد الحدى للمحتكر بزيادة الكميات المباعة من السلعة النهائية .

---

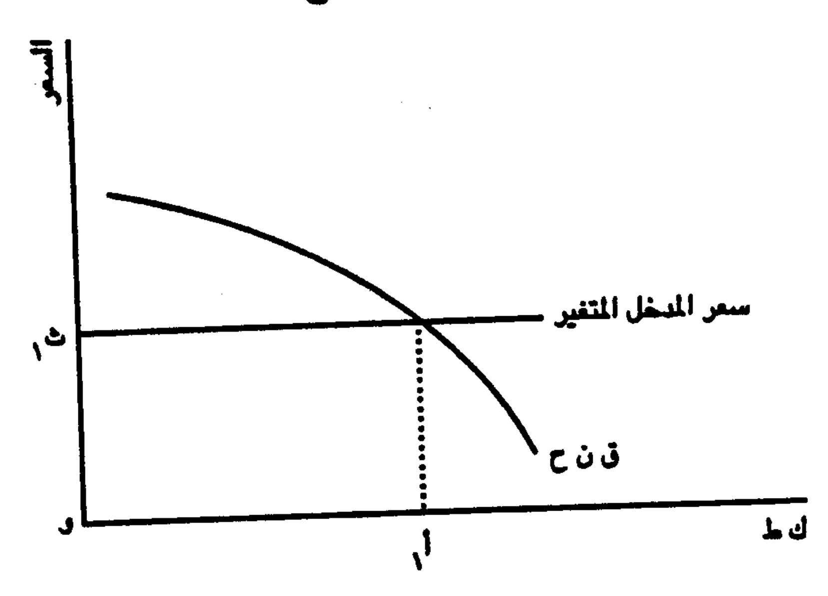
(١) فمثلاً الوحدة الخاصة من المورد (أ) يترتب عليها زيادة ناتج أو مبيعات المنشأة من السلعة (س) من ٢٨ وحدة إلي ٣٥ وحدة ، وزيادة الإيرادات الكلية للمنشأة من ٢٨٠ جنيه إلي ٣١٥ جنيه . وعليه تكون الزيادة في الإيراد الكلي نتيجة لزيادة المبيعات بوحدة واحدة هي : ٣٥ ÷ ٧ = ٥ جنيه، ويكون ناتج الإيراد الحدي عند تشغيل ٥ وحدات من المورد (أ) هو : ٧ × ٥ = ٣٥ جنيه.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن منحنى ناتج الإيراد الحدى للمورد (أ) يمثل بالفعل منحنى طلب محتكر البيع لذلك المورد، وذلك فى حالة ما يكون المورد (أ) هو المورد المتغير الوحيد وأن المحتكر يشترى ذلك المورد تحت ظروف المنافسة الكاملة . أى أن المحتكر يشترى من المورد الكمية التى تتساوى عندها مقدار ما تضيفه الوحدة الأخيرة من المورد إلى إيراداته الكلية مع ما تضيفه تلك الوحدة إلى تكاليفه الكلية . ونحن نعلم أن محتكر البيع عندما يشترى المورد (أ) فى ظل المنافسة الكاملة فإن كل وحدة إضافية من ذلك المورد سوف تضيف لتكاليفه الكلية قدراً ثابتاً يتساوى تماماً مع سعر الوحدة من المورد (أ).

شكل رقم (٢-١٨)

منحنى طلب المنشأة على مورد متغير وحيد

(حالة محتكر البيع)



وكما يتضح من الشكل (٢-١٨) يتمثل ناتج الإيراد الحدى للمورد (أ) بالمنحنى (ن أ ح ١) . فإذا كان سعر المورد (أ) فى السوق هو (ث١). سوف يقوم محتكر البيع بتشغيل الكمية (أ١) من ذلك المورد. وفى هذه الحالة يمكن التعبير عن مبدأ تحقيق أقصى ربح لمحتكر البيع من تشغيله للمورد (أ) كما يلى :

$$\text{ن أح}_{\text{أ}} = \text{ث}_{1}$$

أو :

$$\text{ن ح}_{1} \times \text{أ ح}_{\text{س}} = \text{ث}_{1}$$

وبذلك يبين منحنى ناتج الإيراد الحدى للمورد (أ) مختلف الكميات التى يشتريها محتكر البيع من ذلك المورد عند مختلف الأسعار الممكنة .

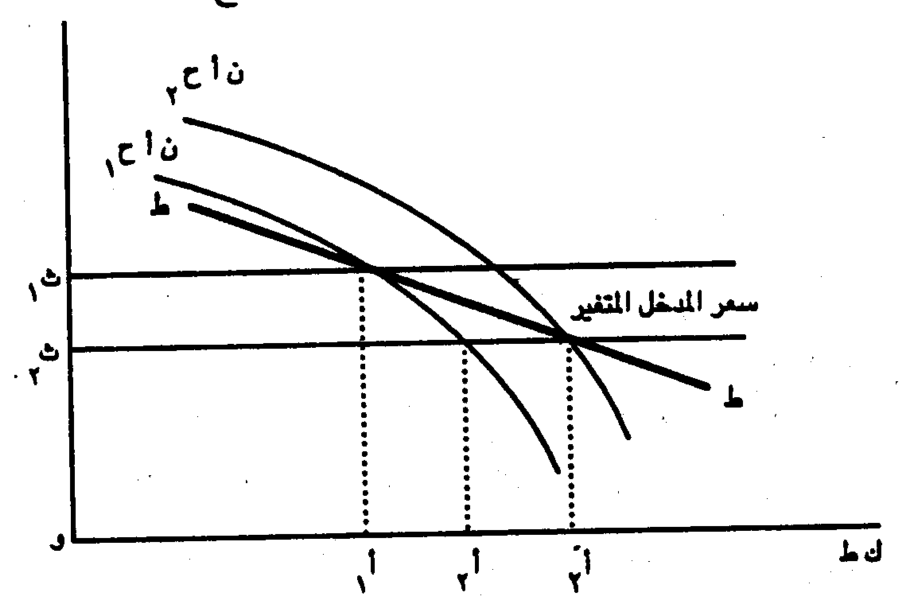
١-١-٢ : منحنى طلب المنشأة فى حالة تشغيل عدة موارد متغيرة :

يتم اشتقاق منحنى طلب المحتكر لمورد معين فى حالة تشغيله للعديد من الموارد المتغيرة وبطريقة مشابهة لتلك المتبعة فى هذا الشأن تحت ظروف المنافسة الكاملة . فبافتراض ثبات أسعار الموارد الأخرى يؤدى تغير سعر المورد موضع الأعتبار إلى حدوث تعديلات مشابهة لتأثير المنشأة أو 'الآثار الداخلية' لتغير سعر المورد.

ولتوضيح طبيعة 'الآثار الداخلية' لتغير سعر المورد (أ) سوف نستعين بالشكل (٣-١٨) الذى يصور الوضع التوازنى لمحتكر البيع. ولنفترض مبدئياً محتكر البيع القدر (أ_{1}) من المورد (أ)، ولنتذكر أن منحنى (ن أ ح $_{1}$) للمورد (أ) يكون صحيحاً فى حالة تغير الكمية المستخدمة من المورد (أ) فقط.

إن انخفاض سعر المورد (أ) إلى المستوى (ث $_{2}$) سوف يحفز محتكر البيع على التوسع فى تشغيله لذلك المورد نحو القدر (أ_{2}) . ونتيجة للتوسع فى استخدام المورد (أ) سوف تنتقل منحنيات الناتج الحدى ومنحنيات ناتج الإيراد الحدى للموارد المتكاملة مع المورد (أ) نحو اليمين، مما يؤدى بالتالى إلى التوسع فى تشغيل هذه الموارد عند مستويات أسعارها الممكنة . ومن جهة أخرى يترتب على زيادة استخدام المورد (أ) انتقال منحنيات الناتج الحدى ومنحنيات ناتج الإيراد الحدى للموارد البديلة للمورد (أ) نحو اليسار. مما يؤدى بالتالى إلى استخدام كميات أقل من تلك الموارد عند مختلف أسعارها الممكنة . وهذه التغيرات الناشئة عن انخفاض سعر المورد (أ) تؤدى فى النهاية إلى انتقال منحنى ناتج الإيراد الحدى لذلك المورد نحو

شكل رقم (٣-١٨)
منحنى طلب المنشأة على المورد المتغير عند تشغيل
موارد متغيرة متعددة (حالة محتكر البيع)



اليمين. وفى ظل الظروف الجديدة يقوم محتكر البيع بعمل التعديلات اللازمة لاختيار مجموعة الموارد الأقل تكلفة والمحققة لأقصى ربح . وعندئذ يواجه محتكر البيع بمنحنى جديد لناتج الإيراد الحدى للمورد (أ) . فإذا فرض وكان المنحنى الجديد هو (ن أ ح ٢) فى الشكل (١-٣) فإن محتكر البيع فى هذه الحالة سوف يستخدم القدر (أ ٢) من المورد (أ) عند السعر الجديد (ث٢) . وبنفس الطريقة يمكننا التوصل للعديد من النقط الواقعة على منحنى طلب المنشأة (ط ط) للمورد (أ) .

١-٢ : منحنى طلب السوق وتسعير المورد:

يؤثر هيكل السوق الذى يبيع فيه مشترو المورد نواتجهم النهائية له أهمية كبيرة فى تحديد منحنى طلب المورد فى السوق. فعندما يبيع كل مشترى المورد نواتجهم النهائية فى أسواق الاحتكار الكامل يتحدد طلب السوق للمورد موضع الاعتبار عن طريق الجمع الأفقى لمنحنيات طلب المنشآت الفردية لذلك المورد. وفى مثل هذه الظروف لاتظهر "الآثار الخارجية" لتغيير سعر المورد. فمحتكر البيع هنا يمثل المنتج

الوحيـد فى صناعتـه . وعليه فإن الآثار الـناشئة عن انخـفاض سعـر المورد على ناتج الصناعة، وبالتالى على سعر السلعة تؤخذ عادة فى الاعتبار عند استنباط منحنى ناتج الإيراد الحدى ومنحنى طلب المحتكر للمورد.

ولكن سيختـلف الوضع عن ذلك عندما يقوم مـشترو المورد (أ) مثـلاً بتصريف نواتجـهم فى أسـواق احتكار الـقلة أو المنافـسة الاحـتكارية . فـفى مـثل هذه المواقف لايصح اشتقاق منحنى طلب السوق عن طريق الجمع الأفقى لمنحنيات طلب المنشآت الفردية للمورد. ويرجع ذلك إلى أن تغير سـعر المورد (أ) يؤدى بالتالى إلى تغير ناتج كل صناعة تسـتخدم المورد (أ) . ويتـرتب على التغيـر فى ناتج الصناعة انـتقال طلب السلعة النهـائية الذى يواجه المنشأة عن مـوضعه الأصلى مما يؤدى بالتالى إلـى انتقال منحنى طلب المنشـأة على المورد (أ) عن موضعه الأصلـى. وعند أى مستوى سـعرى للمورد (أ) يتعين علينا تحـديد الكمية التى تستخـدمها كل منشأة بقصد تحقيق أقصى ربح عند ذلك السعـر. وبتجمـيع الكميات الـتى تستخـدمها المنشـآت فى كل صناعة تستخدم المورد (أ) عند ذلك السعر نحصل على نقطة معينة على منحنى طلب السوق للمورد (أ)، وبنفس الطريقة يمكننا تحـديد المزيد من النقط الأخرى على منحنى طلب السوق للمورد (أ).

ويتم اتبـاع نفس الطريقة السـابقة لاشـتقـاق منحنى طلب السوق للـمورد (أ)، وذلك بغض النظر عن موقف السوق الذى تبـيع فيه المنشآت المشترية لـلمورد نواتجها النهائية . وفى المعتـاد تقوم بعض المنشآت المستخدمة للمورد (أ) ببيـع نواتجها النهائية فى نوع معين من الأسواق بينما تبيع المنشآت الأخـرى نواتجها فى ظل أوضاع سوقية أخرى. والشرط الوحيد الذى يتطلبه إتباع هذه الطريقة المشار إليها هو أن يكون شراء المنشآت للمورد فى ظل المنافسة الكاملة .

وفيـما يتعلق بمنحنى عـرض المورد فى السوق، وكيـفية تحديـد السعر ومسـتوى التشغيل فى المنشـأة والسوق. فلا يوجد اختلاف فى ذلك عما تم مناقـشته فى الفصل

السابق. إذ يبين منحنى عرض المورد فى السوق مختلف الكميات التى يطرحها أصحاب المورد عند مختلف أسعاره الممكنة . ويتحدد سعر المورد فى السوق عند المستوى الذى ترغب عنده المنشآت فى تشغيل نفس الكمية التى يرغب أصحاب المورد فى طرحها فى السوق. وبتحديد سعر المورد فى السوق يمكننا تعيين مستوى تشغيله . ويواجه محتكر البيع كما تواجه المنشأة المتنافسة من ناحية البيع. بمنحنى عرض للمورد (أ) يتمثل بالخط الأفقى عند مستوى سعر السوق. ويعنى ذلك أن محتكر البيع يحقق أقصى ربح من تشغيل المورد (أ) باستخدام الكمية الذى يتساوى عندها ناتج الإيراد الحدى للموارد مع سعره فى السوق. أما مستوى التشغيل فى السوق فيتحدد بمجموع الكميات التى تستخدمها كل المنشآت من المورد عند سعر السوق - وذلك بغض النظر عن هيكل السوق الذى تبيع فيه هذه المنشآت نواتجها النهائية .

وعندما يحقق محتكر البيع أقصى ربح من استخدامه لكل مورد متغير. فيعنى ذلك استخدامه للموارد المتغيرة بالنسبة الصحيحة .

وللتعبير جبرياً عن مبادئ تحقيق أقصى ربح نفترض أن محتكر البيع يقوم بتشغيل موردين متغيرين هما (أ، ب)، ولكى يحقق أقصى ربح من تشغيله للمورد (أ) يلزم استخدامه بالقدر الذى يحقق الشرط التالى :

$$\text{ن ح}_{\text{أ}} \times \text{أ ح}_{\text{س}} = \text{ث}_{\text{أ}}$$

وبالمثل يحقق محتكر البيع أقصى ربح من تشغيله للمورد (ب) عندما يستخدم القدر الذى يحقق الشرط التالى :

$$\text{ن ح}_{\text{ب}} \times \text{أ ج}_{\text{س}} = \text{س}_{\text{ب}}$$

ويتبع ذلك أن :

$$\frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ث}_{\text{أ}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ث}_{\text{ب}}} = \frac{1}{\text{ت ح}_{\text{س}}} = \frac{1}{\text{أ ح}_{\text{س}}}$$

١-٣ : الاستغلال الاحتكارى للمورد فى ظل احتكار البيع:

كثيراً ما يقال بأن وجود الاحتكار فى سوق السلعة يؤدى إلى استغلال الموارد التى يستخدمها محتكر البيع. ويعنى الاستغلال فى هذه الحالة أن وحدة المورد يدفع لها قدراً أقل مما تضيفه تلك الوحدة إلى الناتج الكلى فى الاقتصاد. فكما ذكرنا مؤخراً يستخدم محتكر البيع أى مورد بالكمية التى يتساوى عندها سعر المورد مع ناتج إيراده الحدى (أى حاصل ضرب الناتج الحدى فى الإيراد الحدى المتحصل عليه من بيع السلعة) . غير أن قيمة الناتج الذى تضيفه الوحدة الواحدة من المورد إلى الناتج الكلى فى الاقتصاد تتمثل بالطبع فى قيمة الناتج الحدى للمورد (أى حاصل ضرب الناتج الحدى فى السعر الذى تباع به وحدة السلعة) . وهذا معناه أن ناتج الإيراد الحدى للمورد يكون بالفعل أقل من قيمة الناتج الحدى لذلك المورد. فى حالة المنشأة التى تواجه بمنحنى طلب (على السلعة) ذى ميل سالب. ويرجع ذلك بالطبع إلى انخفاض الإيراد الحدى عن مستوى السعر الذى يتقاضاه محتكر البيع. ويتبين من ذلك أن محتكر البيع يدفع لوحدات الموارد التى يستخدمها أسعاراً تقل بالفعل عن قيم النواتج التى تضيفها هذه الوحدات للناتج الكلى فى الاقتصاد.

ومع ذلك فإن السعر الذى يدفع لوحدة المورد لا بد وأن يتساوى مع ما قد يحصل عليه فى الاستخدامات البديلة . وهذا ما يدفعنا للقول بأن الاستغلال الاحتكارى لايعنى بالطبع أن محتكر البيع يدفع لوحدات المورد قدراً أقل مما تدفعه المنشآت المتنافسة التى تستخدم وحدات نفس المورد. ولكن يحدث الاستغلال الاحتكارى لأن محتكر البيع عندما يواجه بسعر المورد فى السوق يحاول التوقف عند مستوى تشغيل أقل من ذلك الذى يتساوى عنده السعر مع قيمة الناتج الحدى للمورد. ويعنى ذلك أن وحدات المورد فى حالة استخدامها من جانب محتكر البيع تساهم فى قيمة الناتج القومى بقدر أكبر مما تساهم به هذه الوحدات عندما تستخدم فى المنشآت المتنافسة ، فى حين يدفع لوحدة المورد نفس السعر الذى تدفعه المنشأة المتنافسة . وعليه فإن قوى السوق لاتستطيع فى هذه الحالة أن تدفع بوحدات الموارد للانتقال نحو الاستخدامات المرغوب فيها اقتصادياً.

٢ : تسعير وتشغيل الموارد فى أسواق احتكار شراء الموارد:

يطلق احتكار الشراء على السوق التى تتسم بوجود مشترى واحد للمورد[1]، وهذا الوضع يناقض تماماً حالة المنافسة الكاملة فى شراء الموارد الذى افترضنا وجوده فى تحليلنا السابق. وبجانب احتكار الشراء يمكن تمييز حالتين آخرين لأسواق الموارد هما: احتكار القلة فى شراء الموارد. والمنافسة الاحتكارية فى شراء الموارد. ويتصف احتكار القلة فى شراء المورد بوجود عدد قليل من المشترين لذلك المورد. ويعنى قلة عدد المشترين هنا أن المشترى الفردى يستخدم كمية كبيرة من المورد بالنسبة للعرض الكلى فى السوق، وبدرجة تمكنه من التأثير على سعر المورد. أما موقف المنافسة الاحتكارية فى شراء المورد فيتسم بوجود عدد كبير من المشترين لمورد معين تكون وحداته مميزة . مما يؤدى ببعض المشترين لأن يفضل وحدات مورد بائع معين عن تلك التى يبيعها البائع الآخر.

وسيتركز التحليل فى هذا البند حول سوق احتكار الشراء ، الذى يتسم بوجود مشترى واحد للمورد – مع الأخذ فى الاعتبار إمكان تطبيق هذا التحليل على هياكل السوق الأخرى مثل احتكار القلة والمنافسة الاحتكارية، من ناحية شراء المورد.

٢-١ : منحنى عرض المورد والتكاليف الحدية للمورد:

يواجه محتكر الشراء، باعتباره المشترى الوحيد للمورد. عادة بمنحنى عرض المورد فى السوق. ويعنى ذلك أن محتكر الشراء يواجه بمنحنى عرض المورد الذى يميل إلى أعلى نحو اليمين. وقد تتمثل هذه الحالة بموقف المنتج الذى يستحوذ على كل مصادر تشغيل المورد فى منطقة معزولة. ويستمر المنتج فى موقفه الاحتكارى هذا على الأقل خلال الفترة الزمنية القصيرة . وفى حالة احتكار الشراء يختلف الوضع عن المنافسة الكاملة فى شراء المورد من حيث منحنى عرض المورد الذى تواجهه المنشأة فى الحالتين. ففى حالة المنافسة الكاملة تستطيع المنشأة شراء أية كمية تشاؤها

---

(١) يطلق احتكار الشراء أيضاً علي موقف السوق الذي يوجد فيه مشتري واحد للسلعة النهائية . وسيتركز التحليل في هذا الفصل علي احتكار الشراء في أسواق الموارد الإنتاجية.

بالسعر السائد فى السوق. وعليه تواجه هذه المنشأة بمنحنى عرض أفقى - أى تام المرونة - وذلك على الرغم من أن منحنى عرض المورد فى السوق قد يميل لأعلى نحو اليمين. ويختلف الوضع عند ذلك فى حالة احتكار الشراء حيث يواجه محتكر الشراء . بمنحنى عرض المورد الذى يميل عادة إلى أعلى، وهذا معناه أن محتكر الشراء يدفع أسعاراً أعلى كلما رغب فى شراء كميات أكبر من المورد فى كل فترة زمنية .

ويوضح الجدول (٢-١٨) طبيعة منحنى عرض المورد الذى يواجهه محتكر الشراء، حيث تصور بيانات العمودين الأول والثانى جزءاً من جدول عرض المورد (أ) تحت ظروف احتكار الشراء. كما يبين العمود الثالث التكاليف الكلية التى تتحملها المنشأة مقابل استخدام كميات مختلفة من المورد (أ) . وبالمثل يوضح العمود الرابع التكاليف الحدية للمورد (أ) فى المنشأة.

جدول رقم (٢-١٨)

عرض المورد الذى يواجه محتكر الشراء

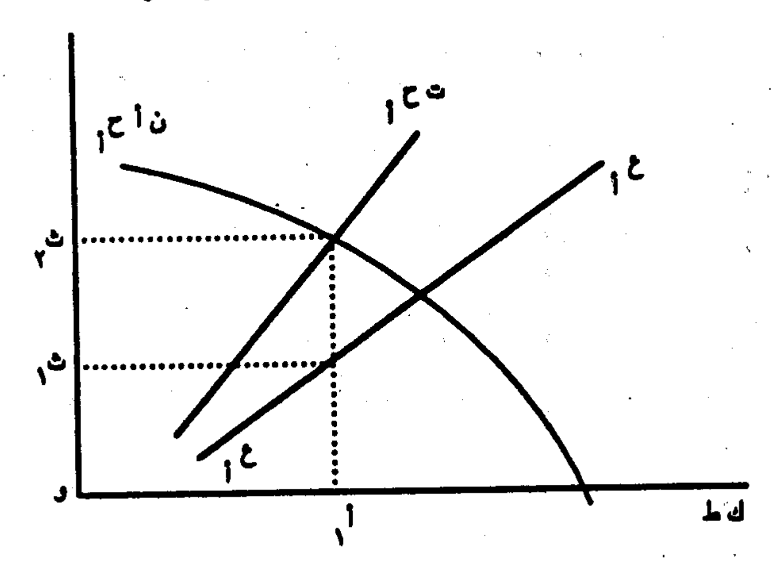
(١) كمية المورد (أ) وحدة	(٢) سعر المورد (أ) ث ١ جنيه	(٣) التكاليف الكلية ت ك ١ جنيه	(٤) التكاليف الحدية للمورد (أ) ت ح ١ جنيه
١٠	٦٠	٦٠٠	-
١١	٦٥	٧١٥	١١٥
١٢	٧٠	٨٤٠	١٢٥
١٣	٧٥	٩٧٥	١٣٥

وتطلق التكاليف الحدية للمورد (أ) على التغير فى التكاليف الكلية الناشيء عن التغير فى مشتريات المنشأة بوحدة واحدة من المورد (أ) فى كل فترة زمنية . وعندما تواجه المنشأة بمنحنى عرض المورد الذى يميل لأعلى صوب اليمين، تكون التكاليف الحدية للمورد فى مستوى أعلى من سعره عند أية كمية تشتريها المنشأة من ذلك

المورد. ازدادت مشتريات المنشأة للمورد (أ) من ١٠ وحدات إلى ١١ وحدة، فإن الوحدة الحادية عشر ستكلف المنشأة ٦٥ جنيه . ولكن لكى تحصل المنشأة على الوحدة الحادية عشرة من المورد (أ) يتعين عليها دفع ٦٥ جنيه. لكل من الوحدات الأحدى عشر. وعليه ستزداد تكاليف الحصول على العشر وحدات الأولى من ٦٠ جنيه إلى ٦٥ جنيه للوحدة الواحدة - أى ما يعادل ٥٠ جنيه للوحدات العشر. وبإضافة هذه الزيادة إلى تكلفة الوحدة الحادية عشر - وهى ٦٥ جنيه - تبلغ الزيادة فى التكاليف الكلية للمنشأة ١١٥ جنيه . ويتبين من ذلك أن التكلفة الحدية للمورد (أ) عند استخدام ١١ وحدة من ذلك المورد تبلغ فى هذه الحالة ١١٥ جنيه وهذا القدر يزيد بالفعل عن سعر الوحدة من المورد عند استخدام الكمية المذكورة . وبنفس الطريقة يمكننا تقدير التكاليف الحدية للمورد (أ) عند تشغيل ١٢، ١٣ وحدة من ذلك المورد[١].

شكل رقم (٤-١٨)

منحنى عرض المورد الذى يواجه محتكر الشراء



(١) في حالة شراء المورد تحت ظروف المنافسة البحتة تتساوي التكلفة الحدية للمورد مع سعره. ففي هذه الحالة تستطيع المنشأة شراء ما تريده من المورد بالسعر السائد في السوق، وعليه فإن كل وحدة إضافية من المورد يترتب عليها زيادة التكاليف الكلية بقدر ثابت مساو لسعر المورد في السوق.

ويوضح الشكل (٤-١٨) منحنى عرض المورد أ ($ع_1ع_1$) ومنحنى التكاليف الحدية لذلك المورد ($ت ح_1$) فى المنشأة تحت ظروف احتكار الشراء. ويتضح أن منحنى ($ت ح_1$) يكون فى مستوى أعلى بالمقارنة بمنحنى عرض المورد ($ع_1ع_1$)، وتجدر الإشارة هنا إلى أن العلاقة بين منحنى التكلفة الحدية للمورد. ومنحنى عرض المورد تتماثل تماماً مع العلاقة بين منحنى التكلفة الحدية والتكلفة المتوسطة للناتج. والواقع أن منحنى عرض المورد (أ) فى السوق يمثل بالطبع منحنى التكلفة المتوسطة بالنسبة للمورد (أ). كما يمثل منحنى التكلفة الحدية للمورد (أ) منحنى التكلفة الحدية بالنسبة لذلك المنتج أيضاً. من الواضح إذن أنه عندما يتزايد منحنى عرض المورد (أ) (أو التكلفة المتوسطة) فإن منحنى التكلفة الحدية للمورد (التكلفة الحدية) سوف يقع فى وضع أعلى من منحنى العرض لذلك المورد.

٢-٢: تسعير وتشغيل مورد متغير وحيد:

يتحقق أكبر ربح لمحتكر الشراء من استخدامه للمورد (أ)، وفقاً لنفس المبادئ السابق ذكرها فى حالة شراء المورد تحت ظروف المنافسة الكاملة. حيث يستمر فى شراء كميات متزايدة من المورد (أ) طالما أن هذه الكميات تضيف لإيراداته الكلية قدراً أكبر مما تضيفه لتكاليفه الكلية. ويمكن توضيح ذلك بتحليل الشكل (١-٤)، حيث يبين منحنى ($ن أ ح_1$) مقدار الزيادة فى الإيرادات الكلية لمحتكر الشراء نتيجة لاستخدام كميات متزايدة من المورد (أ). كما يوضح منحنى ($ت ح_1$) مقدار الزيادة فى تكاليفه الكلية نتيجة لاستخدام كميات متزايدة من المورد (أ). وتحت هذه الظروف يحقق محتكر الشراء أقصى ربح من تشغيله للمورد (أ) باستخدام القدر ($أ_1$) وفى حالة استخدام كميات أكبر من ($أ_1$) سوف يترتب على هذه الكميات الإضافية زيادة التكاليف الكلية بقدر أكبر من الزيادة فى الإيرادات الكلية. مما يؤدى إلى تناقص الأرباح. وبذلك يمكن صياغة حالات تحقيق أقصى ربح المحتكر الشراء فى صورة معادلة جبرية. وتشير هذه المعادلة إلى أن محتكر الشراء يصل بأرباحه لأقصاها عندما يستخدم المورد (أ) بالقدر الذى يحقق الشرط التالى:

$ن أ ح_{١} = ت ح_{١}$

أو :

$ن ح_{١} × أ ح_{س} = ت ح_{١}$

وبذلك يختلف موقف محتكر الشراء عن المنشأة المتنافسة . من حيث السعر الذى يدفع لوحدة المورد عند مستوى التشغيل المحقق لأقصى ربح . فعندما يشترى محتكر الشراء القدر ($أ_{١}$) يتعين عليه دفع السعر ($ث_{١}$) فقط. وذلك على الرغم من أن الناتج الحدى للمورد (أ) عند الكمية ($أ_{١}$) (والذى يبلغ القدر $ث_{٢}$) يفوق بكثير السعر ($ث_{١}$) . وإذا حاول محتكر الشراء تشغيل الكمية التى يتساوى عندها ناتج الإيراد الحدى للمورد (أ) بسعره - شأنه فى ذلك شأن المنشأة المتنافسة . فإن أرباحه فى هذه الحالة ستقل عن ذى قبل. ويتبين من ذلك أن محتكر الشراء لكى يحقق أقصى ربح من تشغيله للمورد (أ) سوف يسعى جاهداً للحد من الكمية المستخدمة من المورد ودفع سعر يقل فى مستواه عن ناتج الإيراد الحدى للمورد. إن محتكر الشراء يهتم - كما أوضحنا - بتشغيل الكمية من المورد التى يتحقق عندها تساوى ناتج الإيراد الحدى للمورد مع تكاليفه الحدية بالنسبة لذلك المورد. والمعروف أن السعر الذى يدفعه محتكر الشراء لوحدة المورد يقل فى مستواه عن ناتج الإيراد الحدى للمورد، ويمكن الخروج بنتيجة ، وهى أن أرباح محتكر الشراء تتأتى فى المعتاد عن زيادة ناتج الإيراد الحدى للمورد عن السعر الذى يدفعه محتكر الشراء للوحدة من المورد.

٢-٣ : تسعير وتشغيل عدة موارد متغيرة فى وقت واحد :

تختلف الشروط الواجب توافرها عند اختيار مجموعات الموارد الأقل تكلفة لإنتاج مستويات معينة من الناتج النهائى فى حالة احتكار الشراء بعض الشيء عن نظيرتها فى حالة شراء الموارد تحت ظروف المنافسة الكاملة . فبالنسبة لمحتكر الشراء تتمثل مجموعة الموارد الأقل تكلفة بتلك التى يتحقق عندها تساوى الناتج الحدى لما

قيمته جنيه من أحد هذه الموارد مع الناتج الحدى لما قيمته جنيه من كل من الموارد المتغيرة الأخرى. ولكن ما هو مضمون الناتج الحدى لما قيمته جنيه من المورد بالنسبة لكل من محتكر الشراء والمنشأة المتنافسة ؟

ويختلف الناتج الحدى لما قيمته جنيه من المورد بطبيعة الحال من حيث المضمون فى كلتا الحالتين. ويمكن توضيح ذلك من خلال حالة منشأة تقوم باستخراج الفحم مستخدمة فى ذلك خدمات عمال المناجم تحت ظروف احتكار الشراء. ولنفرض أن خدمات العامل الواحد عند مستوى التشغيل تضيف طناً واحداً من الفحم لناتج المنشأة فى اليوم الواحد. وهذا معناه أن الناتج الحدى لخدمة عامل المنجم يبلغ طناً واحداً من الفحم. ولنفرض كذلك أن تشغيل العامل الإضافى عند مستوى التشغيل الحالى يترتب عليه زيادة تكاليف المنشأة بمقدار ٢٠ جنيه - أى أن التكاليف الحدية لمورد العمل فى المنجم تبلغ ٢٠ جنيه . وهى فى هذه الحالة تزيد على مستوى الأجر اليومى. وتحت هذه الظروف المفترضة تقدر الزيادة فى الناتج الكلى الناشئة عن الزيادة فى إنفاق المنشأة على مورد العمل بمقدار جنيه واحد. بقسمة الناتج الحدى على تكاليف المورد الحدية - وعليه يكون الناتج الحدى لما قيمته جنيه من مورد العمل فى المثال السابق هو $\frac{١}{٢٠}$ من طن الفحم.

وبصفة عامة يقدر الناتج الحدى لما قيمته جنيه من أى مورد يستخدمه محتكر الشراء بقسمة الناتج الحدى للمورد على التكاليف الحدية لذلك المورد.

وفى حالة شراء المنشأة للموردين المتغيرين (أ، ب) تحت ظروف احتكار الشراء. فإن تحديد المجموعة الأقل تكلفة من الموردين لإنتاج كمية معينة من السلعة يتطلب بالطبع ربط وحداتهما بالنسبة التى تحقق الشرط التالى:

$$\frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ت ح}_{\text{ب}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ت ح}_{\text{أ}}}$$

ويمثل أى من طرفى المعادلة السابقة التكاليف الحدية للناتج النهائى. فالوحدة

المضافة من المورد (أ) يترتب عليها زيادة التكاليف الكلية فى المنشأة بالقدر ($ت ح_{أ}$) . وبالمثل يترتب علـى هذه الوحدة زيادة الناتج الكلى فى المنشـأة بالقدر ($ن ح_{أ}$) وعليه فإن :

التكاليف الحدية للناتج بالنسبة للمورد (أ) = $\frac{ت ح_{أ}}{ن ح_{أ}}$

التكاليف الحدية للناتج بالنسبة للمورد (ب) = $\frac{ت ح_{ب}}{ن ح_{ب}}$

ولنفـرض الآن أن محتكـر الشراء يستـخدم بصـفة مبدئيـة كميات معـينة من الموردين (أ، ب) تكفى لإنتاج قدر معين من الناتج، وأن هذا القدر يكون من الصغر بحيث لايكفـى لتحقـيق أقصى ربح . ولنفرض كـذلك أن محتـكر الشراء يستـخدم المجمـوعة الأقل تكلفة لإنـتاج القدر الحـالى من السلعة النهائية . تحت هذه الظروف المفترضة تكون التكلفة الحدية للناتج فى مستوى أقل من الإيراد الحدى المتحصل عليه من بيع الناتج . وبذلك يمكن صـياغـة وضع محـتكر الشراء تحت الظروف المـذكورة على النحو التالى :

$$\frac{1}{أ ح_{س}} < \frac{1}{ت ح_{س}} = \frac{ن ح_{ب}}{ت ح_{ب}} = \frac{ن ح_{أ}}{ت ح_{أ}}$$

ولتحـقيق أقـصى ربح يتعين على مـحتكر الشـراء التوسع فى تشغيل الموردين المتغـيرين ويهمنا الآن تـتبع الآثار المترتبـة على زيادة تشغيل المـوردين. إذ يترتب على التـوسع فى تشغـيل الموردين زيادة مستوى الناتج وتناقص الإيراد الحـدى المتحـصل عليـه من بيع هذا الناتج . ومن جـهة أخـرى يؤدى استـخـدام كميات إضـافيـة من الموردين (أ)، ب) إلـى تناقص النـواتج الحـدية لكلا المـوردين. ويعنـى ذلك إزدياد التكلفة الحدية للـموردين (أ، ب) نتيجة للتـوسع في مستويات تشـغيلهما. وفى هذه الحالة تزداد التكاليف الحدية للناتج بفـعل قوتين تعملان مع بعضـهما فى وقت واحد الأولى : تتـمـثل فى تناقص النواتج الحـدية بينمـا تعـمل القـوة الأخـرى على ازدياد التكاليف الحدية للناتج عن طريق ازدياد التكاليف الحدية للموردين. ويـستمر محتكر

الشراء فى زيادة الكميات المستخدمة من الموردين (أ، ب) حتى يصل إلى القدر الذى يتحقق عنده تساوى التكاليف الحدية مع الإيراد الحدى. وعندئذ يستخدم محتكر الشراء وحدات الموردين بالكميات المطلقة الصحيحة كما يقوم بربط هذه الوحدات بالنسبة الصحيحة أيضاً. وبذا يمكن صياغة الحالات الضرورية لتحقيق أقصى ربح كما يلى :

$$\frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ت ح}_{\text{أ}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ت ح}_{\text{ب}}} = \frac{\text{١}}{\text{ت ح}_{\text{س}}} = \frac{\text{١}}{\text{أ ح}_{\text{س}}}$$

ويتم التوصل إلى الشروط الضرورية لتحقيق أقصى ربح من جانب محتكر الشراء الذى يستخدم الموردين (أ، ب) وذلك بأن نأخذ فى الاعتبار كل مورد على حدة . فبالنسبة للمورد (أ) سوف يستمر محتكر الشراء فى زيادة الكمية المستخدمة منه إلى أن يصل إلى القدر الذى يحقق الشرط التالى :

$$\text{ن ح}_{\text{أ}} \times \text{أ ح}_{\text{س}} = \text{ت ح}_{\text{أ}}$$

أو :

$$\frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ت ح}_{\text{أ}}} = \frac{\text{١}}{\text{أ ح}_{\text{س}}}$$

وبالنسبة للمورد (ب) يتعين على محتكر الشراء تشغيل الكمية من هذا المورد التى تحقق الشرط التالى :

$$\text{ن ح}_{\text{ب}} \times \text{أ ح}_{\text{س}} = \text{ت ح}_{\text{ب}}$$

أو :

$$\frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ت ح}_{\text{ب}}} = \frac{\text{١}}{\text{أ ح}_{\text{س}}}$$

وبضم المعادلتين السابقتين بالنسبة للموردين (أ، ب) نجد أن :

$$\frac{\text{ن ح}_{\text{أ}}}{\text{ت ح}_{\text{أ}}} = \frac{\text{ن ح}_{\text{ب}}}{\text{ت ح}_{\text{ب}}} = \frac{\text{١}}{\text{ت ح}_{\text{س}}} = \frac{\text{١}}{\text{أ ح}_{\text{س}}}$$

وتعتبر مبادئ تحقيق أقصى ربح لمحتكر الشراء المبينة أعلاه هى بمثابة مبادئ عامة يمكن تطبيقها فى جميع المواقف الخاصة بأسواق البيع للسلع النهائية أو بأسواق الشراء للموارد الإنتاجية . ففى حالة شراء الموارد تحت ظروف المنافسة الكاملة تستبدل (ت ح أ)، (ت ح ب) بسعر المورد (أ) وبسعر المورد (ب) على التوالى.

وعندما يتم بيع السلعة النهائية (س) فى ظل المنافسة الكاملة يستبدل (أ ح س) بسعر السلعة (ث س).

٢-٤ : الظروف المؤدية لظهور احتكار الشراء فى أسواق الموارد :

يرجع ظهور احتكار الشراء فى أسواق الموارد إلى أى أو كل من العاملين التاليين :

١) يتم شراء المورد تحت ظروف احتكار الشراء فى حالة ما تكون وحدات هذا المورد قد تخصصت لاستخدامها فى منشأة معينة أو فى استخدام معين. ويعنى ذلك أن ناتج الإيراد الحدى للمورد فى هذا الاستخدام يفوق ناتج الإيراد الحدى لنفس المورد فى أى من أوجه الاستخدام البديلة . مما يؤدى بأصحاب المورد إلى استبعاد هذه الاستخدامات البديلة من اعتبارهم.

وفى مثل هذه الظروف يواجه محتكر الشراء بمنحنى عرض المورد فى السوق. ويميل هذا المنحنى فى المعتاد إلى أعلى صوب اليمين. ويعنى ذلك إزدياد الكميات المطروحة من المورد فى السوق كلما رغب محتكر الشراء فى دفع أسعار أعلى.

وينشأ مثل هذا الوضع عندما يتم إعداد نوع معين من العمل لسد احتياجات منشأة ما من هذا العمل. فكلما ارتفع الأجر الذى يدفع لذلك العمل المتخصص كلما ازداد عدد الأفراد الذين يرغبون فى تلقى وممارسة التدريبات اللازمة لإكسابهم الخبرة والمهارة اللازمتين للقيام بهذا العمل. ونظراً لعدم وجود أية منشأة أخرى تستخدم هذا النوع من العمل المتخصص. فإن إمكانية تشغيل العمال الذين أتموا تدريباتهم لاتخرج

عن نطاق المنشأة التى تستخدم خدمات عملهم فى الوقت الحالى. أو العمل فى مجالات أخرى حيث تكون نواتج الإيرادات الحدية ومعدلات الأجور فى مستويات أقل مما تدفعها المنشأة المستخدمة لذلك العمل.

والواقع أن تخصص الموارد فى استخدام معين لايقتصر بالطبع على مجال العمل وحده . فقد تعتمد شركة معينة لإنتاج السيارات أو الطائرات على عدد من المنشآت فى توريد أجزاء ومعدات معينة لاتستخدم فى أى مصنع أو شركة أخرى. وفى أكثر الحالات تطرفاً يبيع هؤلاء الموردين كل نواتجهم للشركة المتعاقدة معهم - وهنا يظهر الوضع المثالى لاحتكار الشراء. ولكن بمرور الوقت يستطيع الموردون تغيير وسائل إنتاجهم لإنتاج وبيع معدات معينة لأصحاب المصانع الأخرى، إذا دعت الحاجة لذلك، ونتيجة لذلك يضعف المركز الاحتكارى الذى كان يتمتع به صاحب المصنع أو الشركة (المشترية للمورد) فى حالة وجوده كمشترى وحيد للمعدات المنتجة فى السوق.

وتظهر حالات أخرى مشابهة لاحتكار الشراء فى مجال التسلية ووسائل الترفيه. فقد يوقع الممثلون عقوداً مع شركات سينمائية معينة ويبيعون لها خدمات عملهم، وبذلك يتحتم عليهم مزاولة نشاطهم فى هذه الشركات دون غيرها. وهناك حالات أخرى مشابهة فى مجال النشاط الرياضى، حيث يتعاقد اللاعبون مع أندية رياضية معينة . وبموجب هذا التعاقد يتحتم عليهم ممارسة نشاطهم الرياضى فى الأندية التى تعاقدوا معها ولايجوز لهم العمل فى أى نادى آخر إلا فى حالات فسخ العقد المبرم بين الطرفين.

٢) قد يظهر احتكار الشراء فى أسواق الموارد بسبب تعذر انتقال بعض الموارد فى الاتجاهات المرغوب فيها اقتصادياً بين المناطق الجغرافية والمنشآت المختلفة التى تستخدم هذه الموارد. فقد تؤدى بعض العوامل إلى تعذر انتقال العاملين فى منطقة معينة إلى منطقة أخرى تكون فيها فرص العمل متوفرة وبأجور أعلى.

وبالمثل تؤدى هذه العوامل إلى صعوبة انتقال العمال للعمل فى منشأة معينة حيث تتاح لهم فرص أفضل للعمل. ومن أمثلة هذه العوامل :

- الروابط الاجتماعية بين الأفراد والخوف من المجهول.
- عدم توافر المعلومات الكافية عن فرص العمل الأخرى .
- عدم توافر الأموال اللازمة لانتقال العمال من منطقة لأخرى.
- الاتفاقات المعقودة بين أصحاب الأعمال والتى تفضى بعدم تشغيل العمال الذين يعملون طرف الغير ، مما يتعذر معه انتقال وحدات المورد بين منشأة وأخرى.

٥-٢ : الاستغلال الاحتكارى للمورد فى ظل احتكار الشراء :

كثيراً ما يقال بأن وجود احتكار الشراء فى سوق المورد يترتب عليه استغلال المورد من جانب المحتكر المشترى. ويمكن توضيح طبيعة الاستغلال فى هذه الحالة بمقارنة تسعير المورد فى ظل المنافسة الكاملة واحتكار الشراء. ففى حالة المنافسة الكاملة فى شراء المورد تستخدم المنشأة الكمية من المورد التى يتحقق عندها تساوى ناتج الإيراد الحدى للمورد مع سعره. كما يدفع للمورد سعراً يتساوى مع قيمة ما تساهم به أى من وحدات المورد فى الإيراد الكلى للمنشأة[١].

أما فى حالة احتكار الشراء فيختلف أمر تشغيل وتسعير المورد عما يحدث تحت ظروف المنافسة الكاملة . إذ تحاول المنشأة الحد من مستوى التشغيل بقصد تحقيق أقصى ربح . فالمنشأة تحت هذه الظروف تستخدم المورد بكمية تقل عن تلك التى يتساوى عندها ناتج الإيراد الحدى للمورد مع سعره. ويظهر ذلك فى الشكل (٤-١٨) حيث يتحدد مستوى التشغيل المحقق لأكبر ربح عندما يتساوى ناتج الإيراد الحدى للمورد (أ) مع التكاليف الحدية لذلك المورد.

---

(١) يحدث استغلال المورد في ظل احتكار البيع (للسلعة النهائية) عندما تواجه المنشآت المشترية للمورد بمنحني طلب (علي نواتجها النهائية) ذي ميل سالب، ولكن لايشترط حدوث الاستغلال الاحتكاري من ناحية شراء المورد تحت هذه الظروف.

وحيث أن التكاليف الحدية للمورد وناتج إيراده الحـدى. يزيد بالفعل على سعر المورد عند مستوى التشغيل المحقق لأقـصى ربح . فيتبع ذلك أن محتكر الشراء يدفع سعراً يقل فى مستواه عما تضيفه أى من وحدات المورد إلى إيراداته الكلية - وهذا ما يعبـر عن استـغلال احـتكارى للمورد من جـانب المشتـرى فى سوق احتكـار الشراء للمورد. ففى هذه الحالة يحـاول محتكر الشراء الحد من الكمية المسـتخدمة من المورد وخفض سعره.

٢-٦ : التدابير اللازمة للحد من احتكار الشراء :

عند محاولة الحد من استغلال محتكر الشراء للموارد. ويتمثل أولهما فى تحديد أسعار دنيا للموارد. بينمـا يتضمن ثانيهما كافة التدابير اللازمـة لتسهيل انتقال الموارد بقصد إضعاف المركز الاحتكارى الذى يتمتع به مشترو الموارد.

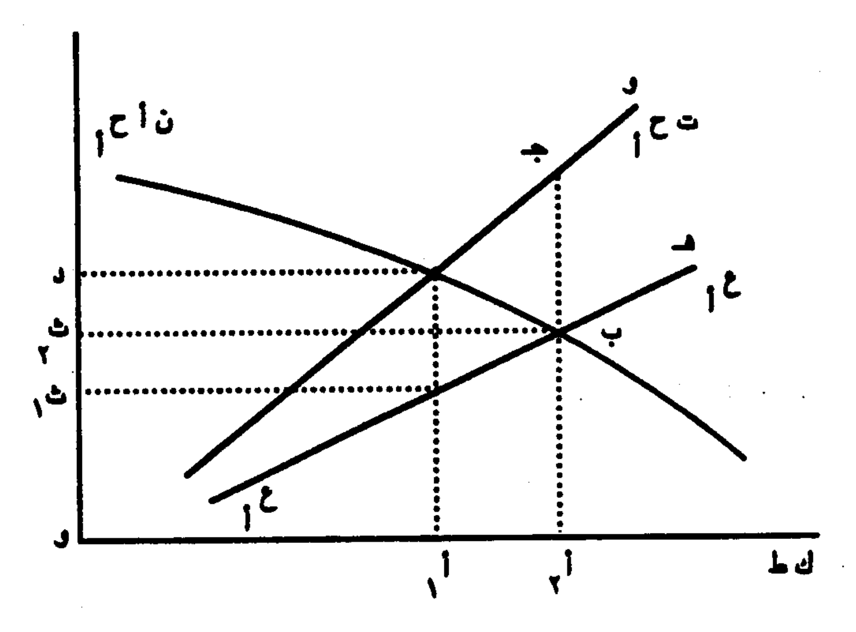
٢-٦-١ : تحديد مستويات دنيا لأسعار الموارد:

تقوم الحكومة أو أى تنـظيم يضم عارضى المورد (كنقابات العمـال مثلاً) بوضـع مسـتويات دنيا لأسـعار الموارد، وذلك بقصد الـقضاء جزئيـاً أو كلياً على استـغلال المشترى المحتكر للموارد الإنتـاجية . ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل (٥-١٨) الذى يصور وضـع محتكر الشـراء للمورد (أ) . وكـما يتـضح من الشكل يستـخدم محـتكر الشراء الكمـية ($أ_١$) من المورد (أ) ويدفع السـعر ($ث_١$) للوحدة الواحدة من ذلك المورد. وفى هذه الحالة يبلغ ناتج الإيراد الحدى للمورد (أ) القيمة (د) .

لنفـرض أنه قد تم وضع حـد أدنى لسعـر المورد (أ) عند المسـتوى ($ث_٢$). وفى هذه الحالة يتعين على المنشأة أن تدفع على الأقل القدر ($ث_٢$) لوحدة المورد . وعندما ترغب المنشأة فى شراء كمـية أكبر من ($أ_٢$) سوف تواجه بالجزء (ب هـ) من منحنى عرض المورد. وبذلك يصبح منحنى عرض المورد الجديد هو ($ث_٢$ ب هـ) .

ويتبع هذا التغير فى منحنى عرض المورد تغير مقابل فى منحنى التكاليف الحدية للمورد. فعند أية كمية أقل من ($أ_٢$) سوف تضيف كل وحدة من المورد إلى التكاليف الكلية للمنشأة قدراً مساوياً تماماً للسعر ($ث_٢$). وعليه ينطبق منحنى التكلفة الحدية

شكل رقم (٥-١٨)
تحديد مستويات دنيا لأسعار الموارد
فى سوق احتكار شراء



للمورد - أى (ث ٢ ب) على منحنى العرض. وبالمثل عند أية كمية من المورد تزيد عن القدر (أ ٢) سوف تواجه المنشأة بالجزء (ب هـ) من منحنى العرض كما تواجه بالجزء (جـ و) من منحنى التكلفة الحدية للمورد. وبذلك يصبح منحنى التكاليف الحدية للمورد فى ظل الظروف الجديدة هو (ث ٢ ب جـ و) .

وفى ظكل الظروف الجديدة تقوم المنشأة بتشغيل القدر (أ ٢) من المورد (أ) حيث تتساوى (ت ح أ) الجديدة مع (ن أ ح أ) . ويتبين من ذلك أن وضع حد أدنى لسعر المورد (أ) عند المستوى (ث ٢) سيقضى على استغلال محتكر الشراء لذلك المورد، كما يترتب عليه أيضاً ازدياد تشغيل المورد فى الإنتاج .

ويفترض التحليل السابق أن الحد الأدنى لسعر المورد (أ) قد وضع عند المستوى المثالى اللازم للقضاء التام على استغلال محتكر الشراء للمورد (أ) . وهذا معناه أن فرض السعر فى أى مستوى بين (ث ١)، (ث ٢) سوف لايترتب عليه القضاء التام

على هذا الاستغلال. وكلما اقترب السعر الجبرى من المستوى (ث ٢) كلما اقتربنا من حالة القضاء التام على الاستغلال. وتجب الإشارة هنا إلى أن وضع حد أدنى لسعر المورد فيما بين (ث ٢، د) سوف يقضى تماماً على استغلال محتكر الشراء للمورد، ولكن يكون ذلك على حساب مستوى التشغيل. حيث تسود البطالة عند أى سعر أعلى من (ث ٢) . فعند أى سعر أعلى من (ث ٢) تكون كمية المورد التى يرغب البائعون فى عرضها أكبر مما يرغب المشترون فى شرائه من المورد (أ).

وتعترض عملية تحديد الأسعار الدنيا للمورد بقصد مكافحة احتكار الشراء. عدة صعوبات عملية من ناحية التنفيذ. ففى أحيان كثيرة يتعذر تحديد مستوى السعر اللازم للقضاء التام على احتكار الشراء للمورد. فعند وضع مستويات دنيا للأجور بقصد القضاء على استغلال المحتكر المشترى لمورد العمل. نجد أن هناك درجات مختلفة من احتكار الشراء للأنواع المختلفة من العمل، الأمر الذى يتعذر معه وضع حد أدنى للأجر لكل نوع من العمل على حدة . ومن جهة أخرى فإن المساومة الجماعية على أساس منشأة لمنشأة تؤدى فى بعض الأحيان إلى الحد من وجود بعض حالات احتكار الشراء. ومع ذلك يكون من الصعب فى مثل هذه الحالات التوصل إلى حد أدنى لسعر المورد يكون مناسباً لكلا الطرفين.

٢-٦-٢ : زيادة مرونة انتقال الموارد :

إن من أهم الأسباب المؤدية لظهور احتكار الشراء تكمن فى عدم مقدرة الموارد على الانتقال بين مختلف أوجه الاستخدام البديلة، وفى الاتجاهات المرغوب فيها اقتصادياً. ويعتقد الكثير من الاقتصاديين بأن عدم مرونة الانتقال تعتبر من أهم العوامل المؤدية لظهور احتكار الشراء فى سوق العمل بالذات. لذلك سيتم تركيز التحليل هنا على مورد العمل محاولين فى ذلك وضع الخطوط العريضة للبرامج التى تستهدف زيادة مرونة انتقال مورد العمل بين المناطق الجغرافية، وبين المنشآت المختلفة كذلك . ويمكن زيادة مرونة انتقال مورد العمل عن طريق سياسات ثلاث، هى :

١) إنشاء مكاتب توظيف حكومية .

ويتطلب تسهيل انتقال مورد العمل إنشاء مكاتب توظيف حكومية تكون وظيفتها الرئيسية هى جمع ونشر المعلومات الخاصة بفرص العمل المتاحة والمناطق ذات الأجور المرتفعة والعرض المحدود. ومواصفات المهارة والخبرة اللازم توافرها للقيام بمختلف الأعمال فى هذه المناطق. كما يجب أن تكون هذه المعلومات المنشورة فى متناول اليد لجميع العاملين وبصفة خاصة الذين يقطنون المناطق المعزولة . علاوة على ذلك يتعين على مكاتب التوظيف محاولة التوفيق بين من يبحثون عن فرص العمل وأصحاب الأعمال ممن تتوفر لديهم وظائف شاغرة .

٢) النظام التعليمى:

يؤدى النظام التعليمى دوراً هاماً فى زيادة مرونة الانتقال الرأسى والأفقى لمورد العمل. فبالنسبة للانتقال الرأسى تزداد كميات العمل ذات المهارة الأعلى عن طريق توفير فرص التعليم والتدريس فى كافة مستوياته. كما يساعد نظام التعليم الفنى والمهنى على توفير الأيدى العاملة الماهرة للوظائف والأعمال التى تتطلب مستويات عالية من الخبرة الفنية . وفيما يتعلق بالانتقال الأفقى لمورد العمال نجد أن انتقال العمال ذوى المهارة الواحدة بين مختلف الوظائف والمناطق الجغرافية سوف يزداد عن طريق البرامج التى تستهدف إرشاد العمال وتوجيههم لمختلف مجالات العمل التى تدفع أجوراً أعلى. وبالمثل فإن برامج تعليم الكبار تفسح المجال أمام الكثير لتلقى بعض التدريبات العملية مما يمكنهم من الانتقال إلى الوظائف التى تدفع أجوراً أعلى.

٣) المساعدات المالية للعمال :

للحد من وجود احتكار الشراء فى سوق العمل يتم تقديم المساعدات المالية للعمال الراغبين فى الهجرة من المناطق التى يظهر فيها احتكار الشراء. إذ أن من أسباب تعذر انتقال مورد العمل هو عدم توفر الموارد المالية اللازمة لذلك . وعليه فإن تقديم المساعدات المالية فى صورة قروض حكومية أو منح تشجع العامل على الانتقال من المناطق التى يسود فيها احتكار الشراء فى سوق العمل.

مفهوم المرونة فى انتقال المورد :

قد يبدو للبعض أن مرونة انتقال مورد العمل تعنى تهجير قوة العمل أو نزح العمال من مناطق معينة إلى مناطق أخرى فى البلاد، وهو أمر غير مرغوب فيه من الوجهة الاجتماعية . والواقع أن مفهوم مرونة الانتقال فى علم الاقتصاد لايعنى بالطبع تجاهل الروابط الاجتماعية، كما لايعنى استعداد جميع العمال للانتقال فى أية لحظة بمجرد شعورهم بالسخط أو عدم الأرتياح ، وأن درجة انتقال العمل المطلوبة لمكافحة احتكار الشراء تكون فى المعتاد محدودة، وعليه فإن مجرد استعداد العمال للانتقال فى الاتجاهات المرغوب فيها اقتصادياً هو المفهوم عند التعرض لمفهوم مرونة الانتقال. علاوة على ذلك فإن الكثير من التغيرات التى تطرأ على قوة العمل ودوران العمل فى الاقتصاد إنما تنشأ عن تغيير العمال لوظائفهم والانتقال إلى أعمال أخرى كما تنشأ أيضاً عن دخول أفراد جدد ضمن القوى العاملة أو عن انسحاب كبار السن من القوى العاملة بسبب التقاعد.

وهذه التغيرات تشير فى مجموعها إلى مرونة انتقال مورد العمل. وتنحصر المشكلة فى توجيه القدرة الحالية لانتقال الموارد نحو الاتجاهات المرغوب فيها من الوجهة الاقتصادية .

الفصل التاسع عشر
الكفاءة الاقتصادية وتخصيص الموارد

تؤدى أسعار الموارد دوراً هاماً فى تخصيص الموارد بين الاستخدامات المختلفة أو بين المناطق الجغرافية المختلفة ، وبطريقة تتحقق معها عادة الكفاءة القصوى فى تشغيل الموارد. ولتحقيق أقصى قدر من الإشباع لرغبات المستهلكين يتطلب الأمر استمرار إعادة تخصيص الموارد استجابة لما يطرأ من تغيرات فى رغبات هؤلاء المستهلكين وتفضيلاتهم، وكذلك استجابة لما يطرأ من تغيرات فى أنواع وكميات الموارد المتاحة . وفيما يستحدث من أساليب إنتاجية . ولتوضيح مبادئ تخصيص الموارد سوف نبدأ بعرض شروط التخصيص الصحيح للموارد فى. ثم ننتقل لتحليل العوامل التى تحول دون التخصيص الصحيح للموارد.

١: حالات الكفاءة القصوى :

تتحقق الكفاءة القصوى فى تشغيل الموارد عندما تسود المنافسة الكاملة فى أسواق كل من الموارد والسلع النهائية . وعليه سوف نفترض وجود المنافسة الكاملة فى جميع الأسواق التى يشملها البنيان الاقتصادى. ويتحقق التخصيص الصحيح لمورد معين عندما يتم استخدامه بالكيفية التى تؤدى إلى أقصى كفاءة ممكنة من تشغيله فى الاقتصاد القومى. ومن جهة أخرى يترتب على التخصيص غير الصحيح الموارد انخفاض صافى الناتج القومى عن قيمته القصوى الكامنة . ولكن عندما يحدث التخصيص غير الصحيح للموارد تعمل بعض القوى الاقتصادية وبطريقة تلقائية على إعادة تخصيص تلك الموارد وبالشكل الذى يضمن ازدياد صافى الناتج القومى وارتفاع مستوى الكفاءة فى الاقتصاد . وسيتم تحليل كفاءة تخصيص الموارد على مرحلتين :

- **الأولى :** تخصيص الموارد فى الأجل القصير، وفى هذه الحالة يقتصر التحليل على تخصيص الموارد فى سوق محلى معين .
- **الثانية :** تخصيص الموارد فى الأجل الطويل ، وفى هذه الحالة سيتم تحليل أى تخصيص الموارد فيما بين الأسواق الفرعية ، أو فى الاقتصاد الكلى.

١-١ : تخصيص المورد فى سوق فرعى معين :

لايتحقق التخصيص الصحيح للمورد بين واستخداماته المختلفة إذا ما كانت قيمة ناتجه الحدى فى استخدام معين تزيد على قيم نواتجه الحدية فى الاستخدامات الأخرى. وهذا معناه أن انتقال وحدات المورد من أوجه الاستخدام التى تكون فيها قيم نواتجه الحدية منخفضة إلى تلك التى تكون فيها قيم نواتجه الحدية مرتفعة سوف يؤدى بالفعل إلى ازدياد قيمة الناتج الكلى من الاقتصاد . ولتوضيح ذلك نفترض أن استخدام الجرار فى المزرعة يترتب عليه ازدياد الناتج الزراعى بما قيمته ٢٠٠٠ جنيه سنوياً. بينما يؤدى تشغيل نفس الجرار فى أعمال البناء إلى ازدياد الناتج الكلى فى الاقتصاد بما قيمته ٣٠٠٠ جنيه سنوياً، ويعنى ذلك أن انتقال الجرار من قطاع الزراعة للعمل فى قطاع البناء والتشييد سوف يترتب عليه تخصيص أنفضل للجرارات فى الاقتصاد. حيث يزداد الناتج القومى فى هذه الحالة بما قيمته ١٠٠٠ جنيه سنوياً.

وعندما يحدث التخصيص غير الصحيح لوحدات المورد تعمل أسعار ذلك المورد تلقائياً على إعادة التخصيص وبشكل يضمن ازدياد قيمة الناتج الكلى فى الاقتصاد القومى. فالمنشآت التى تكون فيها قيمة الناتج الحدى للمورد منخفضة لاترغب بالطبع فى دفع سعر يزيد على قيمة الناتج الحدى لذلك المورد. ومن جهة أخرى فإن المنشآت التى تكون فيها قيمة الناتج الحدى للمورد مرتفعة تستطيع زيادة أرباحها عن طريق التوسع فى تشغيل ذلك المورد، ونتيجة لذلك تلجأ المنشآت الأخيرة إلى رفع سعر المورد إلى مستوى يفوق بالفعل قيمة الناتج الحدى للمورد فى المنشآت الأولى، وفى هذه الحالة يقوم أصحاب المورد بتحويل ما لديهم من وحدات إلى أوجه الاستخدام التى تدفع أسعاراً أعلى[١]. وبانتقال وحدات المورد فى الاتجاه

---

(١) إن وحدات المورد الجديدة التي دخلت السوق مؤخراً تتجه عادة للعمل في أوجه الاستخدام التي تدفع سعراً أعلي. علاوة علي ذلك فإن عدم تمكن المنشآت التي تدفع سعراً أقل من تعويض وحدات المورد المتقاعدة إنما يمثل بالفعل عاملاً هاماً لانتقال المورد بين أوجه الاستخدام البديلة وبالشكل المبين أعلاه.

المذكور سوف تتناقص قيمة الناتج الحدى للمورد فى أوجه الاستخدام التى انتقلت إليها. بينما تزداد قيمة الناتج الحدى لذلك المورد فى الاستخدامات التى تحولت عنها. ويستمر انتقال وحدات المورد على هذا النحو إلى أن تتساوى قيمة الناتج الحدى للمورد فى جميع استخداماته المختلفة . وفى هذه الحالة تدفع جميع المنشآت فى السوق الفرعى سعراً يتساوى تماماً مع قيمة الناتج الحدى للمورد. وتحت هذه الظروف يتحقق التخصيص الصحيح لوحدات المورد، كما يساهم المورد فى نطاق السوق الفرعى، بأقصى قدر ممكن فى صافى الناتج القومى.

ولتوضيح دور الأسعار فى تخصيص الموارد بين الاستخدامات المختلفة، نفترض أن منشآت الصناعتين المنتجتين للسلعتين (س ، ص) تعمل فى نفس السوق الفرعى للمورد (أ) . ولنفرض أيضاً أن تخصيص وحدات المورد (أ) بين منشآت الصناعتين يتم مبدئياً بطريقة صحيحة . ويعنى ذلك أن قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) فى منشآت الصناعة المنتجة للسلعة (س) أى ($\text{ق ن ح}_{\text{اس}}$) تتساوى مع قيمة الناتج الحدى للمورد (أ) فى منشآت الصناعة المنتجة للسلعة (ص) أى ($\text{ق ن ح}_{\text{اص}}$) علاوة على ذلك فإننا نفترض عدم وجود عجز أو فائض فى وحدات المورد (أ) فى السوق. وتحت هذه الظروف المفترضة نجد أن :

$$\text{ق ن ح}_{\text{اس}} = \text{ق ن ح}_{\text{اص}} = \text{ث}_{\text{ا}}$$

أو :

$$\text{ن ح}_{\text{اس}} \times \text{ث}_{\text{س}} = \text{ن ح}_{\text{اص}} \times \text{ث}_{\text{ص}} = \text{ث}_{\text{ا}}$$

حيث :

$\text{ث}_{\text{ا}}$ = سعر المورد أ. $\text{ث}_{\text{س}}$ = سعر السلعة س . $\text{ث}_{\text{ص}}$ = سعر السلعة ص

لنفرض الآن أن طلب السوق على السلعة (س) قد ازداد لسبب ما. بينما بقى طلب السوق على السلعة (ص) بدون تغيير. ولنفرض أيضاً أن مستوى الطلب الكلى لم يتقرر نتيجة لظهور الطلب على السلعة (س) . ويعنى ذلك أن الزيادة فى

الطلب على السلعة (س) تعوض بنقصان مماثل فى الطلب على السلع الأخرى (غير السلعة س . ص) . ويهمنا الآن تتبع التعديلات والتغييرات التى تحدث نتيجة لزيادة الطلب على السلعة (س) فى ظل الظروف المفروضة . فزيادة الطلب على السلعة (س) يترتب عليها فى العادة ارتفاع فى سعر هذه السلعة وبالتالى ازدياد (ق ن ح $_{اس}$) . ويعنى ازدياد (ق ن ح $_{اس}$) فى هذه الحالة أن قيمة المورد (أ) (بالنسبة للمجتمع) فى إنتاج السلعة (س) قد أضحت أعلى من قيمته فى إنتاج السلعة (ص).

وهذا التغير فى تقييم المجتمع للمورد (أ) يدفع المنشآت المنتجة للسلعة (س) إلى التوسع فى استخدامها للمورد (أ) بقصد زيادة إنتاجها. غير أن هذه المنشآت لن تجد ما تحتاجه من المورد (أ) عند السعر المبدئى (ث $_{١}$) مما يضطرها إلى رفع سعر المورد بدرجة كافية لتشجيع عارضية على تحويل وحدات موردهم من الصناعة المنتجة للسلعة (ص) لاستخدامها فى الصناعة المنتجة للسلعة (س) . وبزيادة الكميات المستخدمة من المورد (أ) فى المنشآت المنتجة للسلعة (س) سوف يتناقص الناتج الحدى للمورد فى تلك المنشآت. ومن جهة أخرى يترتب على زيادة ناتج الصناعة من السلعة (س). انخفاض سعر تلك السلعة فى السوق. وعليه سوف تتناقص قيمة الناتج الحدى للمورد (ق ن ح $_{اس}$) نتيجة لتناقص الناتج الحدى للمورد (ن ح $_{اس}$) وانخفاض سعر السلعة (ث $_{س}$).

ويقابل تلك التغيرات فى الصناعة المنتجة للسلعة (س) تغيرات مناظرة فى الصناعة المنتجة للسلعة (ص) . إذ يترتب على انتقال وحدات المورد (أ) من الصناعة المنتجة للسلعة (ص) إلى تلك المنتجة للسلعة (س) . أن تنخفض الكميات المستخدمة من ذلك المورد بالنسبة للكميات المستخدمة من الموارد الأخرى فى المنشآت المنتجة للسلعة (ص) . مما يؤدى بالتالى إلى ازدياد (ن ح $_{اص}$) ومن جهة أخرى يترتب على انخفاض ناتج الصناعة المنتجة للسلعة (ص) . أن يرتفع سعر تلك السلعة فى السوق. وعليه سوف تزداد قيمة الناتج الحدى للمورد (ق ن ح $_{اص}$) نتيجة لازدياد الناتج الحدى للمورد (ن ح $_{اص}$) وارتفاع سعر السلعة (ث $_{ص}$).

وتستمر عملية إعادة تخصيص المورد (أ) من إنتاج السلعة (ص) إلى السلعة (س) إلى أن يتحقق التخصيص الصحيح لوحدات المورد بين الصناعتين المذكورتين. إذ تنتقل وحدات المورد من الصناعة المنتجة للسلعة (ص) إلى الصناعة المنتجة للسلعة (س) . ويستمر انتقال المورد فى هذا الاتجاه إلى أن يتحقق تساوى قيمة الناتج الحدى للمورد مرة أخرى فى منشآت الصناعتين. أما سعر المورد فيكون فى وضعه الجديد فى مستوى أعلى من السعر الأصلى. يورجع ذلك إلى أن قيمة الناتج الحدى للمورد فى كلتا الصناعتين تكون فى ظل الوضع الجديد فى مستوى أعلى من نظيرتها فى الوضع الأصلى.

وفى ظل الوضع التوازنى الجديد يساهم المورد (أ) بأقصى قيمة ممكنة فى صافى الناتج القومى. فعندما كانت (ق ن ح أس) أكبر من (ق ن ح أص) ازداد القدر الذى ساهم به المورد (أ) من صافى الناتج القومى نتيجة لانتقال وحدات المورد من الصناعة المنتجة للسلعة (ص) إلى الصناعة المنتجة للسلعة (س) . فانتقال الوحدة الواحدة من المورد (أ) من الصناعة المنتجة للسلعة (ص) يترتب عليه انخفاض مساهمة المورد فى صافى الناتج القومى بما يوازى (ق ن ح أص) . بينما يترتب على استخدام تلك الوحدة الإضافية فى الصناعة المنتجة للسلعة (س) . ازدياد مساهمة المورد فى صافى الناتج القومى بما يوازى (ق ن ح أس) وبذلك تتحقق زيادة صافية فى مساهمة المورد (أ) فى صافى الناتج القومى عن طريق إعادة تخصيص وحدات ذلك المورد بين الصناعتين. وتستمر مساهمة المورد فى الزيادة إلى أن يتحقق تساوى قيمة الناتج الحدى لذلك المورد فى منشآت الصناعتين.

١-٢ : تخصيص الموارد بين الأسواق الفرعية :

يمكن توسيع نطاق التحليل عن طريق إطالة أو امتداد الفترة الزمنية موضع الاعتبار وربط تحليل الأجل القصير بنظيره فى الأجل الطويل. ولتبسيط التحليل سنقتصر على تخصيص موردين إثنين فقط. يتمثل أحدهما فى نوع معين من العمل بينما يتمثل المورد الثانى فى رأس المال. ويفترض التحليل هنا عدة فروض تتعلق

بالموردين موضع الاعتبار. فبالنسبة لمورد العمل. يفترض أن عرض نوع العمل موضع الاعتبار يمثل جزءاً صغيراً بالمقارنة بالعرض الكلى لجميع أنواع العمل المتاحة فى الاقتصاد. كما يفترض أن وحدات ذلك العمل تتماثل مع بعضها من حيث المهارة . وفيما يتعلق بمورد رأس المال، يفترض أن نوع رأس المال موضع الدراسة يتوفر فى صورة تجعله غير قابل للانتقال فى الأجل القصير. بعكس الحال فى الأجل الطويل حيث يكون فى الإمكان تغيير الصورة التى يتخذها وزيادة قدرته على الانتقال حتى يتيسر إعادة تخصيصه بين أوجه الاستخدام المختلفة[(١)] وفى ضوء هذه الافتراضات سيتم توضيح كيفية تخصيص كل مورد على حدة .

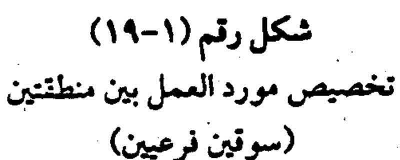
١-٢-١: تخصيص مورد العمل بين الأسواق الفرعية :

لتوضيح كيفية تخصيص وحدات العمل نفترض أن هناك منطقتين تمثل كل منهما فى الأجل القصير سوق محلى للعمل. ولنفرض أيضاً تماثل الإنتاج وظروف الطلب على العمل، وكذلك عرض رأس المال فى المنطقتين. هذا وتختلف ظروف عرض العمل فى المنطقتين، حيث تتصف المنطقة الأولى بوفرة العمل بالمقارنة بعرض العمل فى المنطقة الثانية . ويوضح الشكل (١-١٩) هذا الوضع فى ظل الظروف المفترضة، حيث تتماثل ظروف الطلب على العمل فى المنطقتين كما يبدو من منحنى الطلب (ط$_{١}$ ط$_{١}$) و (ط$_{٢}$ ط$_{٢}$)، فى المنطقتين الأولى والثانية على.و ويبدو فى الشكل

---

(١) إن مفهوم رأس المال ومرونة انتقالة يتوقفان في المعتاد علي الفترة الزمنية موضع الاعتبار. ففي المدي القصير ينظر إلي الالات والمباني والأرض المزروعة قمحاً وغيرها من أدوات الإنتاج المشابهة ، علي أنها عناصر رأسمالية ثابتة . وفي المدي الطويل تزداد قدرة الموارد الرأسمالية علي الانتقال والحركة . فالالات والمعدات مثلاً تهلك بمرور الزمن ويحل محلها آلات ومعدات أخري. كما أن اختراع الالات المستحدثة يحفز المنشآت علي استخدام تلك الالات وإحلالها محل الالات القديمة . وهذا ما حدث فعلاً في قطاع الزراعة حيث حلت الالات الزراعية الحديثة الملحقة بالجرار محل الالات البدائية التي تجرها الحيوانات. فضلاً عن ذلك فإن رأس المال يتدفق عادة من صناعة لأخري ومن منطقة لأخري عن طريق استهلاك الأدوات الحالية من جهة وإنتاج أدوات مستحدثة من جهة أخري. وبناء علي كل هذه الاعتبارات يمكن القول بأن عناصر رأس المال تكون ثابتة في المدي القصير ، بينما تزداد قدرتها علي الانتقال في المدي الطويل .

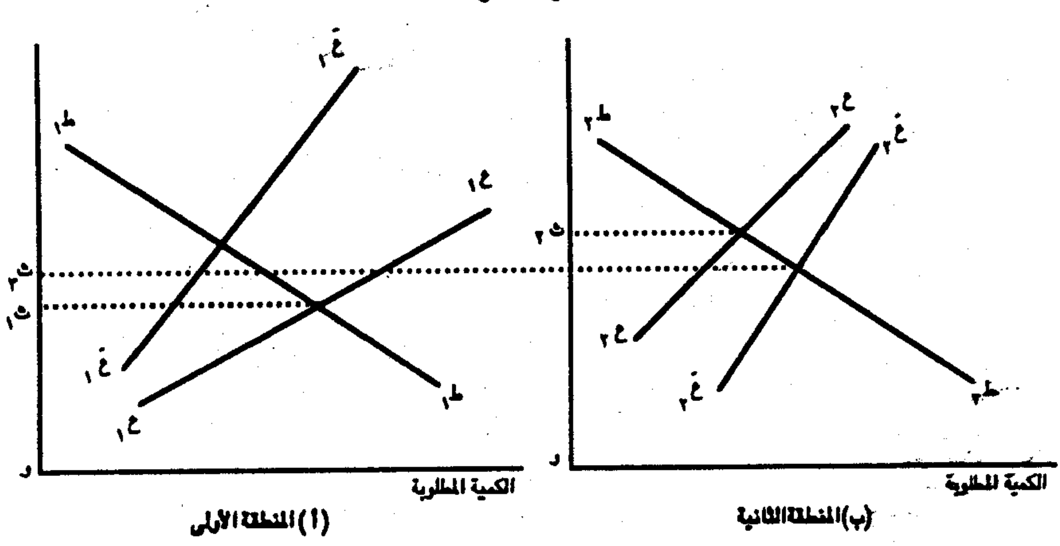
(١-١٩) يتضح أن منحنى عرض العمل فى المنطقة الأولى (ع$_1$ع$_1$) يقع فى مكان يبعد إلى اليمين عن نظيره (ع$_2$ع$_2$) فى المنطقة الثانية .



شكل رقم (١-١٩)

تخصيص مورد العمل بين منطقتين

(سوقين فرعيين)



وتحت هذه الظروف يؤدى سوء تخصيص المورد إلى اختلاف قيمة ناتجه الحدى وكذلك سعره فى المنطقتين. ففى المنطقة الأولى يتحدد معدل الأجر عند المستوى (ث$_1$) بينما يتحدد معدل الأجر فى المنطقة الثانية عند مستوى أعلى وهو (ث$_2$) وبالمثل يتحدد مستوى تشغيل العمل عند (ل$_1$) فى المنطقة الأولى وعند (ل$_2$) فى المنطقة الثانية . تكون نسبة العمل إلى رأس المال فى المنطقة الأولى أعلى من نظيرتها فى المنطقة الثانية، وعليه فإن الناتج الحدى وكذلك قيمة الناتج الحدى للعمل فى المنطقة الأولى يكونان فى مستوى أقل من نظيريهما فى المنطقة الثانية .

ويترتب على اختلاف معدلات الأجور فى السوقين إعادة تخصيص مورد العمل بين المنطقتين فى الأجل الطويل. ويحدث ذلك بانتقال وحدات المورد من المنطقة الأولى إلى المنطقة الثانية إلى أن يتلاشى الاختلاف فى معدلات الأجور فى السوقين. وبانتقال العمال من المنطقة الأولى ينحرف منحنى عرض العمل (قصير

المدى) فى تلك المنطقة نحو اليسار. ومن جهة أخرى يؤدى استيطان العمال الجدد فى المنطقة الثانية إلى انتقال منحنى عرض العمل فى تلك المنطقة نحو اليمين. ونتيجة لتناقص نسبة العمل لرأس المال فى المنطقة الأولى سوف تزداد قيمة الناتج الحدى للعمل وكذلك معدل الأجر فى تلك المنطقة . وبالمثل يترتب على ازدياد نسبة العمل إلى رأس المال فى المنطقة الثانية أن تنخفض قيمة الناتج الحدى للعمل وكذلك معدل الأجر فى تلك المنطقة . وتستمر عملية إعادة تخصيص العمل على هذا النحو إلى أن يتساوى معدل الأجر فى السوقين عند المستوى (ث٣) . وفى الوضع الجديد يصبح منحنى عرض العمل فى المنطقة الأولى هو (عَ١ عَ١) . بينما يتمثل عرض العمل فى المنطقة الثانية بالمنحنى (عَ٢ عَ٢) .

وبإعادة تخصيص مورد العمل بين المنطقة الأولى، والمنطقة الثانية سوف يزداد صافى الناتج القومى نتيجة لذلك . ويرجع ذلك إلى أن قيمة الناتج الحدى للعمل فى المنطقة الأولى - قبل انتقال العمال - كانت عند المستوى (ث١)، بينما كانت قيمة الناتج الحدى للعمل فى المنطقة الثانية عند مستوى أعلى وهو (ث٢) . وعليه فإن انتقال الوحدة الواحدة من العمل من المنطقة الأولى سوف يؤدى إلى نقص الناتج فى تلك المنطقة بما قيمته (ث١) . بينما يؤدى تشغيل هذه الوحدة الإضافية فى المنطقة الثانية إلى زيادة قيمة الناتج بما يوازى (ث٢) جنيه . وهذا معناه أن الزيادة المحققة فى قيمة الناتج فى المنطقة الثانية تفوق بالطبع النقص الكائن فى قيمة الناتج فى المنطقة الأولى، مما يؤدى بالفعل إلى زيادة صافية فى قيمة الناتج الكلى فى الاقتصاد القومى. وفى كل مرة تنتقل فيها وحدة المورد من المنطقة الأولى إلى المنطقة الثانية تتحقق هذه الزيادة فى قيمة الناتج . إلى أن يتم تخصيص وحدات العمل بالشكل الذى يؤدى إلى تساوى قيمة الناتج الحدى للعمل ومستوى الأجر فى المنطقتين. وفى هذه الحالة يساهم مورد العمل بأقصى ما يمكن فى صافى الناتج القومى، وبذلك تختفى حوافز هجرة وانتقال وحدات العمل بين المنطقتين.

١-٢-٢ : تخصيص مورد رأس المال بين الأسواق الفرعية :

قد يبدو من التحليل السابق أن مهمة التعديل في تخصيص الموارد في الأجل الطويل إنما تقع على عاتق مورد العمل وحده. والواقع أن مورد رأس المال سيسهم أيضاً بصورة جزئية في هذه التعديلات في الأجل الطويل. فارتفاع نسبة العمل إلى رأس المال في المنطقة الأولى يعني في نفس الوقت انخفاض نسبة رأس المال إلى العمل في تلك المنطقة . وبالمثل يعني انخفاض نسبة العمل إلى رأس المال في المنطقة الثانية ارتفاع نسبة رأس المال إلى العمل في تلك المنطقة . ونتيجة لهذا الاختلاف بين نسب رأس المال إلى العمل في المنطقتين سوف تزيد قيمة الناتج الحدي لرأس المال في المنطقة الأولى عن نظيرتها في المنطقة الثانية . وفي هذه الحالة يكون الاختلاف في العائد على الاستثمار بين المنطقتين بمثابة حافز قوي لانتقال وحدات رأس المال من المنطقة الثانية إلى المنطقة الأولى.

والواقع أن انتقال وحدات رأس المال في الأجل الطويل سوف يؤثر بلا شك على ظروف الطلب على العمل في الأجل القصير وعلى معدلات الأجور السائدة في المنطقتين. فعندما تنتقل وحدات رأس المال من المنطقة الثانية يترتب على ذلك انتقال منحنى طلب العمل في تلك المنطقة نحو اليسار مما يؤدي بالتالي إلى اضطراد تناقص معدلات الأجور الناشيء عن ازدياد عرض العمل في تلك المنطقة . ومن جهة أخرى يؤدي تشغيل الوحدات الإضافية من رأس المال في المنطقة الأولى إلى انحراف منحنى طلب العمل في تلك المنطقة نحو اليمين. مما يؤدي بالتالي إلى مضاعفة الزيادة في معدلات الأجور الناشئة عن نقص عرض العمل في تلك المنطقة. ويتحقق التخصيص الصحيح لوحدات الموردين (العمل ورأس المال) عندما يتم انتقالهما في الاتجاه المضاد وبدرجة كافية لتساوي معدلات الأجور وعوائد رأس المال في المنطقتين. وعندما يتحقق ذلك يساهم الموردان بأقصى ما يمكن في صافي الناتج القومي. كما يختفي الحافز المؤدي لانتقال وحداتهما بين المنطقتين.

٢ : العوامل التى تحول دون التخصيص الصحيح :

توجد فى الحياة العملية عدة قوى تحول دون التخصيص الصحيح للموارد الإنتاجية المتاحة فى الاقتصاد. فحينما يقوم الجهاز السعرى بوظيفته فى تخصيص الموارد يصطدم فى الغالب بثلاثة عراقيل رئيسية تحول دون تخصيص الموارد بالطريقة الصحيحة . وتتمثل هذه العراقيل فى :

١) وجود الاحتكار فى أسواق السلع النهائية .

٢) وجود الاحتكار فى أسواق الموارد الإنتاجية .

٣) العوامل غير السعرية المعوقة لانتقال الموارد.

علاوة على ذلك فإن التدخل المباشر فى جهاز الثمن - سواء من جانب الحكومة أو الهيئات الخاصة التى تضم عارضى الموارد - يؤدى فى كثير من الأحيان إلى عرقلة التخصيص الصحيح للموارد ، وسيتم تحليل تأثير كل من هذه العوامل فى تخصيص الموارد. ويجب الإشارة هنا إلى أن اصطلاح احتكار البيع سيستخدم هنا بمعناه الشامل ليتضمن كل حالات المنافسة غير الكاملة فى بيع السلع النهائية - أى الاحتكار الكامل. واحتكار القلة والمنافسة الاحتكارية - وهى الحالات التى تواجه فيها المنشآت الفردية بمنحنيات الطلب على النواتج النهائية التى تميل إلى أعلى نحو اليمين. وبالمثل يستخدم احتكار الشراء للموارد فى معناه الشامل، حيث يؤدى الاحتكار الكامل فى شراء الموارد إلى عرقلة إعادة تخصيص الموارد، كما اتضح فى الفصل السابق . أما فى حالات احتكار الشراء الأقل حدة من الاحتكار الكامل فتتوفر للموارد فرصة الانتقال بين عدد محدود من المشترين. وفى الحالة الأخيرة يستطيع كل مشترى التأثير فى سعر السوق للمورد الذى يستخدمه.

٢-١ : احتكار البيع والتخصيص غير الصحيح للموارد:

قد لايكون لاحتكار البيع فى أسواق السلع النهائية تأثير مباشر على انتقال الموارد بين الاستخدامات المختلفة . فقد تنتقل بعض الموارد بحرية تامة بين استخداماتها المختلفة على الرغم من تمتع المنشآت المستخدمة لتلك الموارد بدرجة

معينة من الاحتكار فى بيع النواتج النهائية . ومن أمثلة هذه الموارد نذكر الصلب والعمال المهرة وبعض المواد الخام وغيرها من الموارد التى تستخدم من جانب العديد من المنشآت. إذ تنتقل هذه الموارد بحرية كاملة بين المنشآت المستخدمة لها دون أى اعتبار لهيكل الأسواق التى تبيع فيها تلك المنشآت نواتجها النهائية . وعندما يظهر أى اختلاف فى أسعار أى من هذه الموارد سواء فى نطاق السوق الفرعى أو بين الأسواق الفرعية لذلك المورد. سوف يعاد تخصيص المورد نتيجة لذلك وبالشكل الذى تتلاشى معه هذه الفروق السعرية .

وفى هذه الحالة تحاول كل منشأة فى كل سوق فرعى استخدام كمية المورد التى يتساوى عندها ناتج الإيراد الحدى للمورد مع سعره ، وتستمر عملية إعادة تخصيص المورد إلى أن يتساوى ناتج الإيراد الحدى للمورد. وكذلك سعره فى جميع الاستخدامات البديلة .

ومن جهة أخرى قد يؤدى تعذر الدخول فى الصناعات الاحتكارية إلى منع تخصيص الموارد الأخرى بالكيفية التى يتحقق معها تساوى نواتج إيراداتها الحدية، وكذلك أسعارها فى مختلف استخداماتها البديلة سواء فى نطاق السوق الفرعى أو بين الأسواق الفرعية المختلفة .

وينظر إلى هذه الموارد وارتباطها بالمنشآت التى تستخدم فيها. على أنها موارد ثابتة فى الأجل القصير. وعليه فإن هذه الموارد تدخل إلى الصناعات المختلفة فى صورة أدوات إنتاج للمنشآت الجديدة فى تلك الصناعات، فعندما تحقق المنشآت الفردية فى صناعة معينة أرباحاً اقتصادية فى الأجل الطويل. يعنى ذلك أن نواتج الإيرادات الحدية لتلك الموارد فى الصناعة موضع الاعتبار تكون أعلى من نظيرتها فى المجالات الأخرى فى الاقتصاد القومى.

وعندما يظهر الاحتكار بدرجة معينة فى أسواق السلع النهائية لا يبلغ الناتج

القومى قيمته العظمى حتى ولو تخصصت وحدات الموارد بالكيفية التى تحقق تساوى ناتج الإيراد الحدى لكل مورد فى جميع استخداماته البديلة . ففى هذه الحالة تواجه المنشآت الفردية بمنحنيات طلب على السلعة التى تميل إلى أعلى صوب اليمين، وعليه يكون الإيراد الحدى لكل منشأة فى مستوى أقل من سعر السلعة ، ويعنى ذلك أن قيمة الناتج الحدى لأى مورد فى أى من أوجه استخدامه تكون فى مستوى أعلى من ناتج الإيراد الحدى لذلك المورد. والواقع أن قيم النواتج الحدية للمورد لا تكون متساوية فى أوجه الاستخدام البديلة حتى ولو تساوت نواتج الإيرادات الحدية للمورد فى تلك الاستخدامات. ويرجع ذلك إلى اختلاف مرونات الطلب على مختلف السلع التى يستخدم المورد فى إنتاجها، فالاختلاف فى مرونات الطلب يعنى فى هذه الحالة أن أسعار السلع النهائية وما يقابلها من إيرادات حدية لاتكون متناسبة مع بعضها فيما بين السلع المختلفة . ويتبع ذلك عدم تناسب قيم النواتج الحدية للمورد مع ما يقابلها من نواتج الإيرادات الحدية فى مختلف الاستخدامات، أى أنه إذا تساوت نواتج الإيرادات الحدية للمورد فى جميع أوجه استخدامه فإن قيم النواتج الحدية للمورد لا تكون متساوية فى تلك الاستخدامات.

ويدل اختلاف قيم النواتج الحدية للمورد فى أوجه استخدامه المختلفة على أن صافى الناتج القومى سوف يزداد إذا انتقلت وحدات المورد من أوجه الاستخدام ذات القيمة الأقل للناتج الحدى للمورد إلى الاستخدامات ذات القيمة الأعلى للناتج الحدى لذلك المورد.

وبالإشارة إلى مفهومى قيمة الناتج الحدى للمورد وناتج الإيراد الحدى للمورد نجد أن قيمة الناتج الحدى للمورد تبين فى الواقع مساهمة الوحدة من المورد فى قيمة الناتج الكلى (أى حاصل ضرب الناتج الحدى للمورد فى سعره) أما ناتج الإيراد الحدى للمورد فيقيس مساهمة الوحدة من المورد فى الإيرادات الكلية للمنشأة (أى حاصل ضرب الناتج الحدى للمورد فى الإيرادات الحدية المتحصل عليها من بيع

السلعة النهائية) . والمعروف أنه تحت ظروف احتكار البيع يكون ناتج الإيراد الحدى للمورد فى مستوى أقل من قيمة ناتجه الحدى ، أى أقل من قيمة ما تساهم به الوحدة من المورد فى الناتج الكلى فى الاقتصاد. وبذلك يمكن القول بأنه عندما يتم تخصيص المورد بالكيفية التى يتحقق معها تساوى ناتج الإيراد الحدى للمورد فى استخداماته المختلفة . وكذلك تساوى ناتج الإيراد الحدى للمورد مع سعره . عندئذ يكون الجهاز السعرى قد أنجز مهمته فى تخصيص المورد موضع الاعتبار. وعلى الرغم من إمكان تحقيق زيادة صافية فى قيمة الناتج القومى عند انتقال وحدات المورد من الاستخدامات ذات القيمة الأقل للناتج الحدى للمورد إلى تلك ذات القيمة الأعلى للناتج الحدى لذلك المورد. إلا أنه لا توجد بعد ذلك أية قوى تلقائية يمكن التفكير فيها لتحقيق هذا الغرض.

ولتوضيح ذلك نفترض أن الميكانيكين فى مدينة السادس من أكتوبر يعملون فى منشآت صناعة احتكار القلة - فى مصانع السيارات مثلاً، كما تستخدم خدماتهم أيضاً المنشآت المتنافسة تنافساً كاملاً - مثل ورش الصيانة المتعددة المنتشرة فى أنحاء المدينة . ولنفرض أيضاً أن التخصيص الحالى للميكانيكيين يكون فى موقف التوازن، حيث يتقاضى الميكانيكى الواحد ٢٠ جنيه فى الساعة فى أى من أوجه استخدامه البديلة . تحت هذه الظروف تقوم ورشة الصيانة بتشغيل العدد الذى تتساوى عنده قيمة الناتج الحدى للميكانيكى الواحد مع مستوى الأجر وهو ٢٠ جنيه . كما يقوم صاحب مصنع السيارات بتشغيل العدد الذى يتحقق معه تساوى ناتج الإيراد الحدى للميكانيكى الواحد مع مستوى الأجر. ويواجه صاحب مصنع السيارات بمنحنى الطلب على ناتجه النهائى الذى يميل لأعلى نحو اليمين. ويعنى ذلك أن قيمة الناتج الحدى للميكانيكى تفوق ناتج إيراده الحدى. فإذا فرضنا أن قيمة الناتج الحدى للمورد هى ٣٠ جنيها فى الساعة، فسوف يزداد صافى الناتج القومى بانتقال بعض الميكانيكيين من الورش الصغيرة المستقلة إلى العمل فى مصانع السيارات. ولكن تحت هذه الظروف يستطيع الميكانيكى الواحد الحصول على أجر قدره ٢٠ جنيه فى

الساعة فى أى من وجهى الاستخدام المذكورين، وعليه فإن الجهاز السعرى لايمكنه تحت هذه الظروف تشجيع (تحفيز) انتقال الميكانيكيين فى الاتجاه المذكور لتحقيق الزيادة فى صافى الناتج القومى.

٢-٢ : احتكار الشراء والتخصيص غير الصحيح للموارد :

قد يؤدى ظهور احتكار الشراء فى أسواق الموارد إلى عرقلة التخصيص الصحيح لوحدات تلك الموارد فى الاقتصاد . فعندما يوجد الاحتكار بدرجة معينة فى شراء الموارد تقوم المنشأة بتشغيل المورد بالكمية التى يتساوى عندها ناتج الإيراد الحدى للمورد مع تكاليف المورد الحدية..

وطالما أن المنشأة فى حالة احتكار الشراء تواجه فى العادة بمنحنى عرض المورد الذى يميل لأعلى صوب اليمين. حيث يكون السعر الذى تدفعه المنشأة للمورد فى مستوى أقل من التكاليف الحدية للمورد. لذلك فإن أن المنشأة عندما تصل لموقف التوازن فى شراء المورد، تدفع سعراً يقل فى مستواه عن ناتج الإيراد الحدى للمورد.

وتقوم أسعار الموارد بدور رئيسى فى تخصيص وحدات المورد بين المنشآت القليلة التى تستخدم تلك الموارد. فإذا حدث أى اختلاف فى مستويات الأسعار التى تدفعها المنشآت لمورد معين، فسوف تنتقل وحدات ذلك المورد من المنشآت التى تدفع سعراً أقل إلى تلك التى تدفع سعراً أعلى، ويستمر انتقال وحدات المورد على هذا النحو إلى أن يعاد تخصيص المورد بين المنشآت بالكيفية التى يتحقق معها تساوى سعر المورد فى استخداماته المختلفة، وعندئذ يتحقق التوازن فى تخصيص المورد ويتلاشى بذلك الحافز المؤدى لانتقال وحدات المورد على النحو السابق.

وعلى الرغم من تحقيق التوازن فى تخصيص المورد وقيام المنشآت الفردية بدفع سعر متساوى (موحد) للمورد، إلا أن مساهمة المورد فى صافى الناتج القومى لاتصل فى هذه الحالة إلى أقصى قدر ممكن لها. فعندما تواجه المنشآت الفردية

بمنحنيات عرض المورد تختلف فيما بينها من حيث المرونة، فيدل ذلك على أن التكاليف الحدية للمورد، وكذلك نواتج الإيرادات الحدية للمورد لا تكون متساوية فى تلك المنشآت، ومن ثم فإن قيم النواتج الحدية للمورد لا تكون متساوية بين المنشآت المستخدمة للمورد حتى ولو تساوى السعر الذى يدفع للمورد من جانب هذه المنشآت. وتجدر الإشارة أن وجود المنشآت المستخدمة للمورد تحت ظروف احتكار البيع فى أسواق السلع النهائية يؤدى بالطبع إلى ازدياد التباين فى قيم النواتج الحدية للمورد بين تلك المنشآت. وبذلك يمكن القول بأنه على الرغم من تحقيق زيادة صافية فى صافى الناتج القومى بانتقال وحدات المورد من الاستخدامات ذات القيمة الأقل للناتج الحدى للمورد إلى تلك ذات القيمة الأعلى للناتج الحدى للمورد. إلا أن تساوى سعر المورد فى تلك الاستخدامات يستبعد تماماً وجود أية قوى تلقائية للعمل على تحفيز انتقال المورد على النحو المبين.

٢-٣ : العوائق غير السعرية والتخصيص غير الصحيح للموارد:

كما درسنا فإن التشوهات السعرية تمثل عوائق تحول دون التخصيص الصحيح للموارد، وبالإضافة لذلك فإن هناك العديد من العوائق غير السعرية التي تحول دون التخصيص الصحيح للموارد، ولعل أهمها : جهل أصحاب الموارد، والعوامل الاجتماعية والنفسية ، والعوامل التنظيمية ، وسيتم تحليل تلك العوامل علي النحو التالي:

٢-٣-١ : جهل اصحاب الموارد:

إن عدم توافر المعلومات الكافية لدى أصحاب الموارد تؤدى فى معظم الأحيان إلى عدم انتقال وحدات موردهم من الاستخدامات التى تدفع أسعاراً أقل إلى تلك التى تدفع أسعاراً أعلى، ففى كثير من الأحيان لايتوافر لدى أصحاب الموارد معلومات كافية عن الأسعار التى تدفع لمواردهم فى الاقتصاد. وتحت هذه الظروف يقوم المزارعون بتسويق حاصلاتهم بأسعار منخفضة عندما لاتتوافر لديهم معلومات

كافية عن أحـوال السـوق التى يبيعون فيـها منتجاتهم . وقد يقع المستـثمرون فى نفس الموقف لعدم إلمامهم بفرص الاستثمار البديلة فى الاقتصاد[1].

ومن جهة أخـرى يترتب على عدم توافر المعلومـات الكافية إعاقـة توجيه الموارد الجديدة نحـو المجالات التى تساهم فيـها بأقصى قدر ممكن فى صـافى الناتج القومى، يؤدى توافر المعلومات المتعلقة بالطلب على العـمل فى مختلف الحرف والمهن يساعد على توجيـه برامج التدريب والإعـداد الفنى للقوى العاملـة فى المستقـبل. وكثيـراً ما نشاهد فى الحـياة العمـلية أن الأبناء يتوارثون أعـمال آبائهم أو أجدادهـم بالعمل فى مناجم الفحم أو كمـستأجرين بالمزارعـة أو فى غيرها من الأعمال الأخـرى البسيطة، وذلك على الرغم من توافر فرص العمل فى مجـالات أخرى تحقق عائداً أعلى بكثير مما تحققه الحـرف البسيطة التى يعمل فيها آبـاؤهم . وحتى فى الحالات التى لايتوارث فـيـهـا الأبناء حـرف أو أعـمـال آبائهم، فـإن قـراراتهم بشـأن الحـرف أو المهن التى سيـشتغلون فـيها تكون فى المعـتاد مبنية على مـعلومات غيـر كافيـة أو مضللة ، وفى أحيان أخـرى قد يكتشف الأفراد الذين تدربـوا على ممارسة عمل معين أن اخـتيارهم لهذا العمل لم يكن موفقاً من الوجهة الاقتصادية . ويأتى ذلك عادة بعد انتهاء برنامج التدريب، حـيث يفوت الأوان على إجراء أى تغيـر فى مجال العمل الـذى اختاروه لأنفسهم.

٢-٣-٢ : العوامل الاجتماعية والنفسية :

توجد بعض العـوامل الاجتـماعيـة والنفسيـة التى تعوق التـخصيص الصـحيح للمورد[2] فارتـباط الفـرد بأسرته وأهله ربما يؤثر فى اتجـاهه نحو الانـتقال إلـى أوجه

---

(١) ينطبق ذلك علي مواقف بعض المشروعات الفردية كمحلات البقالة والمطاعم ومحطات خدمة السيارات في المناطق المجاورة.

(٢) لاتعني بذلك أن العوائق المذكورة أعلاه تمثل أوضاعاً خاطئة من جانب المجتمع. فالحياة السعيدة لايشترط تحقيقها عن طريق الوصول بصافي الناتج القومي إلي قيمته القصوي. وكثيراً ما تظهر الرغبة في التضحية بجزء من هذا الناتج في سبيل تحقيق أهداف أو قيم أخري.

الاستخدام التى تحقق عائداً أعلى. وبالمثل فإن ارتباط الفرد بوظيفة معينة، أو تأثره بالعادات والتقاليد السائدة فى المنطقة أو بطريقة معيشة معينة، كل هذه العوامل تؤدى فى الغالب إلى تقييد حركة وانتقال الموارد سواء من مهنة إلى مهنة أو من مكان إلى مكان فى الاقتصاد. ومن أمثلة هذه الاتجاهات نذكر اعتزاز الفرد بالعمل فى مزرعة عائلته، أو المعيشة فى مدينة بعينها أو تقديره لوظيفة التدريس، وكل هذه الاتجاهات تؤدى بلا شك إلى ارتباط الأفراد بمنطقة معينة أو بوظيفة أو بحرفة معينة دون الأخرى.

٢-٣-٣ : العوامل التنظيمية :

هناك العديد من العوامل التنظيمية التى تعمل على عرقلة التخصيص الصحيح للموارد فى الاقتصاد. فقد يرغب العمال فى الاحتفاظ ببعض الحقوق والمزايا التى تحققها لهم المنشآت المستخدمة لخدمات عملهم، ومن أمثلة هذه الحقوق والمزايا نذكر حقوق معاش التقاعد وحقوق الأقدمية فى العمل. ومن ناحية أخرى تحاول بعض النقابات العمالية تقييد الدخول بالنسبة للعمال الجدد فى وظائف أو مهن معينة . وقد تحتفظ منشأة معينة أو مجموعة منشآت فى صناعة معينة بحقوق الاختراع التى تملكها، مما يؤدى بالطبع إلى تعذر دخول المنشآت الجديدة فى ميدان صناعتهم . وما يترتب على ذلك صعوبة انتقال بعض الموارد فى الاتجاهات المرغوب فيها اقتصادياً.

٢-٤ : التدخل فى ميكانيكية الاسعار :

أحياناً لاتتاح الفرصة للجهاز السعرى لأن يقوم بوظيفته فى تخصيص الموارد بين الاستخدامات المختلفة . ويحدث ذلك عندما تقوم الحكومة بتثبيت أسعار بعض الموارد، أو وضع مستويات دنيا للأجور، أو تحديد أسعار السلع النهائية . وقد يحدث التدخل المباشر فى عمل جهاز الثمن عن طريق التنظيمات الخاصة التى تضم عارضى الموارد مثل نقابات العمال، والجمعيات التعاونية لتسويق الحاصلات الزراعية وهيئات الاستخدام المختلفة. بعض الحالات الإفتراضية لتوضيح الآثار المترتبة على تثبيت أسعار الموارد واعتباراتها على موقف التوازن فى تخصيص الموارد وصافى الناتج

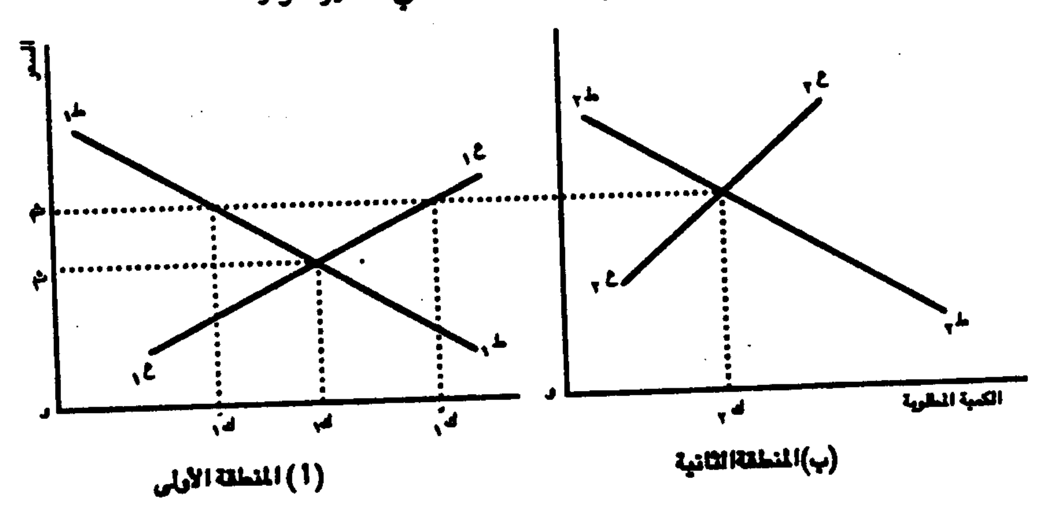
القـومى. يفتـرض التحليل فى كل حـالة وجود المنافـسة الكاملة فـى غياب التـدخل المباشر من جـانب الحكومة. وعلى الرغم من احتمال ظهور احـتكار البيع فى أسواق السلع النهائية، إلا أن ذلك لايغير كثيراً من نتائج التحليل فى الحالات الثلاث.

وقـبل أن نبـدأ في شـرح كل حـالة على حـدة يتـعين عـلينا الإشـارة إلى بعض الفروض الـتى يقوم عليـها التحـليل فى كل من الحالات الثـلاث. إذ يفتـرض وجود سوقين فرعيين لمورد معين - كما فى الشكل (٢-١٩).

ولتبـسيط التحليل نفـترض أن المورد موضع الاعـتبار هو نوع مـعين من العمل. ويفتـرض كذلك تماثل الـظروف الخاصة بالمُنتَج الـنهائى، وكذلـك عرض رأس المال والطلب على العـمل فى الســوقين الفـرعيين. وينحـصـر الاخـتـلاف هنا فى ظروف عرض العمل فى الســوقين. حيث تتميز المنطقة الأولى بوفـرة العمل، وذلك بالمقارنة بالمنطقـة الثانيـة ، ويوضح الشكل (٢-١٩) هذا الوضع فى ظل الظروف المفـترضـة، حيث تتماثل ظروف الطلب على العمل فى المنطقتين كما يبدو من منحنى الطلب فى المنطقـتين وهما (ط١ ط١)، (ط٢ ط٢) على التـوالى . وكـما يـبدو أيضـاً أن منحنى عرض العـمل فى المنطقة الأو لى (ع١ع١) يقع فى مكان يبعد إلـى اليمين على نظيره (ع٢ع٢) فى المنطقـــة الثانية. وفى غياب التدخل المباشر يتحدد تشغيل العمـل فى

شكل رقم (٢-١٩)

تأثير تدخل نقابات العمال في تسعير الموارد



المنطقة الأولى عند مستوى أعلى من نظيره فى المنطقة الثانية . كما يتحدد معدل الأجر المبدئى فى المنطقة الأولى عند مستوى أقل بالمقارنة بنظيره فى المنطقة الثانية.

وفى ظل الظروف المبينة أعلاه نحاول فيما يلى تحليل كل حالة على حدة:

الحالة الأولى :

لنفرض فى هذه الحالة أن العمال فى المنطقة الثانية ينضمون إلى تنظيم نقابى يمثلهم ويدافع عن حقوقهم؛ بينما لاينتمى العمال فى المنطقة الأولى إلى أى تنظيم من هذا النوع . ويبين الشكل (٢-١٩) ظروف العرض والطلب لمورد العمل فى المنطقتين، حيث يتحدد مستوى التشغيل ومعدل الأجر عند (ل$_1$، ث$_1$) على التوالى. كما يتحدد مستوى التشغيل ومعدل الأجر فى المنطقة الثانية عند (ل$_2$، ث$_2$) على التوالى.

لنفرض الآن أن العمال المنظمين فى المنطقة الثانية قد وفقوا عن طريق المساومة الجماعية فى الحصول على (ث$_2$) كحد أدنى لمعدل الأجر.

وفى خلال الفترة القصيرة والمتوسطة لايكون لتثبيت السعر عند (ث$_1$) تأثير يذكر فى المنطقة الثانية . حيث يمثل (ث$_2$) مستوى الأجر التوازنى فلايجد التنظيم النقابى أية صعوبة فى الحصول على ذلك الأجر فى تلك المنطقة، كما يرغب أصحاب الأعمال فى المنطقة الثانية فى تشغيل جميع العمال الراغبين فى العمل عند ذلك الأجر. هذا ويعكس اختلاف الأجور بين المنطقتين مشكلة سوء التخصيص المبدئى لمورد العمل فى الأجل القصير.

وفى الأجل الطويل تبدأ آثار تثبيت مستوى الأجر فى الظهور، حيث يميل عمال المنطقة الأولى للانتقال للمنطقة الثانية مدفوعين فى ذلك بفروق الأجور. فإذا قبل أصحاب الأعمال فى المنطقة الثانية تشغيل العمال الإضافيين القادمين من المنطقة الأولى، سوف تزداد نسبة العمل إلى رأس المال مما يؤدى بالتالى إلى تناقص الناتج

الحـدى، وكـذلك قـيـمـة الناتج الحـدى لمورد العـمل فى تلـك المنطقـة والواقع أن أصحاب الأعمال فى المنطقة الثانية سوف يرفضون تشغيل العمال القادمين من المنطقة الأولى. حيث يتـرتـب على تشغيلهم ازدياد الحـد الأدنى للأجر وهو (ث٢) عن قيمة الناتج الحـدى للعمل. وهذا مـعناه أن العمـال القادمين من المنطقـة الأولى سيـجدون أنفسـهم فى حالة بطـالة فى (المنطقة الثـانية)، وعليـه فإن الخوف من المعـاناة من آلام البطالة يؤدى بهم إلى العـدول عن رأيهم أو رغبتهم فى الانتـقال إلى المنطقة الثـانية . وفى مـثل هذه الظروف يفـضل العـمال البـقـاء فى المنطقـة الأولى وبغض النظر عن التبـاين فى معـدلات الأجور فى المنطقـتين. ويترتب على ذلك بقاء واسـتمـرار حالة سوء تخصيص مورد العمل بين المنطقتين. ويعنى ذلك أن صافى الناتج القومى سوف يبقى عند مسـتوى أقل من المستوى الذى يمكن بلوغـه فى حالة التخصـيص الصحيح لمورد العمل.

إن وفـرة رأس المال بالنسـبة للـعمل فى المنطـقة الثـانيـة عنه فى المنطقـة الأولى، وتباين عـوائد رأس المال فى المنطقتين يؤديان إلى هجـرة رأس المال من المنطقة الثـانية إلى المنطقة الأولـى. والواقع أن هجرة رأس المال تمثل بالفعل الـتعديل الوحـيد الذى يمكن أن يطـرأ على تخـصـيص الموارد فى الأجل الطويل. إذ يـتـرتب على انتــقـال وحـدات رأس المال من المنطقـة الثـانيـة إلى المنطقـة الأولى أن يتناقـص الطلب على العمل فى المنطقة الثانية بينما يزداد هذا الطلب فى المنطقة الأولى. ويتبع هذا التغير فى الطلب على مـورد العمل ازدياد مسـتوى التشـغيل وكذلك مـعدل الأجـر فى المنطقة الأولى، بينما تتـفشى البطالة بين العمـال وينخفض معـدل الأجر فى المنطقة الثـانية . وتحت هذه الظروف يظل صافى الناتج القـومى عند مستوى أقـل من قيمته الـقصوى الكامنة. ويوضح التحليل السـابق الدوافع التى تؤدى إلى هجرة رأس المال فى الأجل الطويل والآثار المترتبة على ذلك.

الحالة الثانية :

يفترض فـى هذه الحالة أن التنظيم النقابى فى المنطقـة الثانية قد إمتـد نشاطه إلى المنطقة الأولى بانضمـام العمال فى تلك المنطقة إلى عضويتـه . ولنفرض أيضاً أن هذا التنظيم قد وفق فى رفع معـدل الأجر فى المنطقة الأولى إلى (ث٢) - فى الشكل (٢-١٩) ويعنى ذلك أن (ث ٢) تمثل الآن الحد الأدنى لمعدل الأجر فى كلتـا المنطقتين. وسـيتم تحليل الآثار المترتبة على وضع حد أدنى للأجر فى المنطقتين.

وفى الأجل القـصير لايكـون للحد الأدنى للأجـر أى تأثير يذكـر على مسـتوى التشـغيل فى المنطقة الثـانية . أما بالنسـبة للمنطقـة الأولى فسوف تـفشى البطالة بين عمال تـلك المنطقة، وذلك لسبب وضع حد أدنى لمعـدل الأجر عند (ث ٢)، ويرجع تفـشى البطالة فى هذه الحـالة إلى أن وضع الحد الأدنى للأجـر عند (ث ٢) قد جـعل معـدل الأجر فى مسـتوى أقل من قيمـة الناتج الحدى للعمل عند مـستوى التشـغيل الأصلى (ل١) . وتحت هذه الظروف يميل أصـحاب الأعـمال فى المنطقـة الأولى إلى الحد من مستويات تشغيلهم والاستـغناء عن بعض العمال المستخدمين فى منـشآتهم . وبفـعلهم هذا تتناقص إيراداتهم الـكلية بقـدر أقل من انخـفـاض تكاليفـهم الكليـة، ويستمـر أصحاب الأعمال فى الاستـغناء عن العمال إلى أن يصل مستوى التـشغيل للقدر (لَ١) . وعندئذ تتـساوى قـيمة الـناتج الحدى للعـمل مع معـدل الأجر، كـما يتوقف أصحاب الأعمال عن طرد العمال.

وتتشـابه الآثار المترتبـة على وضع حد أدنى لمعدل الأجـر فى الأجل الطويل مع تلك التى تظهر فـى الأجل القصير. فـعندما يتلاشى الاخـتلاف فى معـدل الأجر بين المنطقتـين لا تتوافر أية دوافع يمكن أن تؤدى إلـى هجرة العمل من المـنطقة الأولى إلى المنطقة الثـانية ، ففى هذه الظروف لايقـبل أصحاب الأعـمال فى المنطقة الثـانية على التوسع فى مستويات تشغيلهم للعمل عن القدر (ل٢) عند معدل الأجر (ث ٢) . وبذلك لا يجد العمال العاطلون فى المنطقة الأولى أية فائدة من الهجرة للمنطقة الثانية .

أما بالنسبة لمورد رأس المال فنجد أن وضع حد أدنى للأجر عند ($ث_٢$) فى المنطقة الأولى وتناقص نسبة العمل إلى رأس المال (أو تزايد نسبة رأس المال للعمل) سوف يقضيان على أى حافز يمكن أن يؤدى إلى انتقال رأس المال إلى المنطقة الأولى فى الأجل الطويل. فنتيجة للاستغناء عن بعض العمال فى المنطقة الأولى تزداد نسبة رأس المال إلى العمل فى تلك المنطقة وبدرجة كافية لتحقيق تساوى قيمة الناتج الحدى لرأس المال فى المنطقتين. ويتضح من ذلك أن وضع حد أدنى للأجر عند ($ث_٢$) فى كلتا المنطقتين يستبعد إمكان تخفيف حدة الآثار المترتبة على سوء تخصيص الموارد فى الأصل، عن طريق هجرة مورد العمل أو هجرة رأس المال.

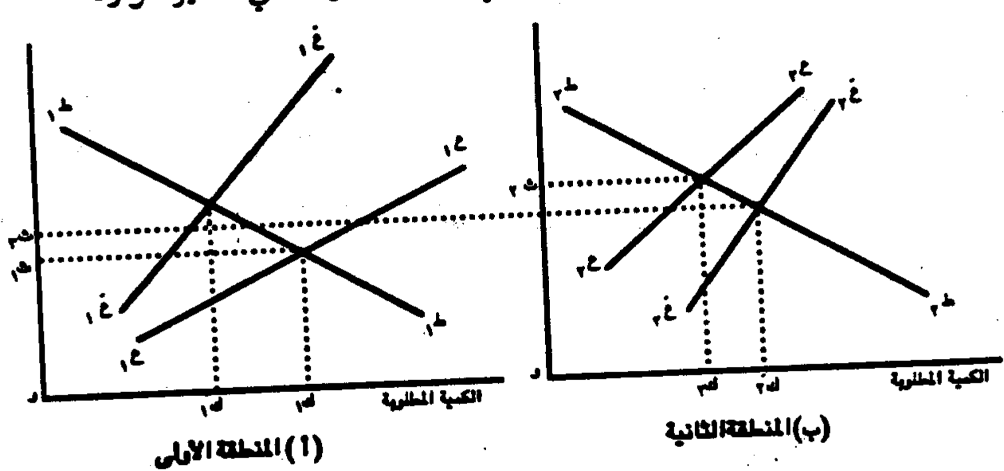
الحالة الثالثة :

تبحث هذه الحالة فى الظروف التى توضع فى ظلها المستويات الدنيا لأسعار الموارد دون أن يكون لذلك تأثير مضاد على تخصيص الموارد فى الاقتصاد. ويفترض فى هذه الحالة تنظيم العمال فى المنطقتين أو قيام الحكومة بوضع حد أدنى لمعدل الأجر فى كلتا المنطقتين ولنفرض أن التنظيم النقابى أو الحكومة قد وضعت الحد الأدنى لمعدل الأجر عند المستوى ($ث_٣$) فى الشكل (٣-١٩)، وهو المستوى الذى كان سيسود فى كلتا المنطقتين أو ترك السوق حراً فى الأجل الطويل - أى فى حالة توفر الوقت الكافى لهجرة العمال فى الاتجاهات المرغوب فيها. ويوضح الشكل (٣-١٩) ظروف العرض والطلب على مورد العمل فى المنطقتين. حيث تتمثل ظروف الطلب والعرض للعمل فى المنطقة الأولى بالمنحنيين ($ط_١ ط_١$)، ($ع_١ ع_١$) على التوالى. بينما تتمثل ظروف الطلب والعرض فى المنطقة الثانية بالمنحنيين ($ط_٢ ط_٢$)، ($ع_٢ ع_٢$) على التوالى.

وكما يتضح فى الشكل (٣-١٩) يترتب على وضع حد أدنى للأجر عند ($ث_٣$) تفشى البطالة بين عمال المنطقة الأولى بما يوازى القدر (أ ب) بينما تواجه المنطقة الثانية بعجز فى عرض العمل يوازى القدر (جـ د) مما يؤدى إلى ارتفاع معدل الأجر فى تلك المنطقة إلى المستوى ($ث_٣$) .

شكل رقم (٣-١٩)

تدخل الحكومة لتحديد حد أدني للأجور وأثرها علي تسعير الموارد



والواقع أن تفشى البطالة فى المنطقة الأولى سوف يتيح الفرصة أمام الجهاز السعرى للعمل على إعادة تخصيص مورد العمل فى الأجل الطويل من المنطقة الأولى إلى المنطقة الثانية . فالعمال العاطلون وكذلك العمال الذين يتقاضون أجوراً منخفضة فى المنطقة الأولى سوف يسارعون فى الانتقال للمنطقة الثانية بحثاً عن أوجه الاستخدام التى تدفع أجوراً أعلى فى تلك المنطقة . وبانتقال العمال إلى المنطقة الثانية ينحرف منحنى عرض العمل فى تلك المنطقة نحو اليمين حتى يصل لوضعه الجديد (عَ٢ عَ٢) . وبالمثل يترتب على هجرة العمال من المنطقة الأولى انتقال منحنى عرض العمل فى تلك المنطقة نحو اليسار حتى يصل لوضعه الجديد (عَ١ عَ١) . وتحت هذه الظروف تتم عملية إعادة تخصيص مورد العمل بالشكل الذى يتحقق معه تساوى قيمة الناتج الحدى لذلك المورد فى المنطقتين، وبالكيفية التى تمكن مورد العمل من المساهمة فى صافى الناتج القومى بأقصى قدر ممكن.

وفى الأجل الطويل سوف تنتقل بعض وحدات رأس المال من المنطقة الثانية إلى المنطقة الأولى. فعند مستوى الأجر (ث٣) يزيد المستوى المبدئى لتشغيل العمل - أى (لَ١) فى المنطقة الأولى عن نظيره (ل٢) فى المنطقة الثانية . ويترتب على ذلك انخفاض نسبة رأس المال للعمل فى المنطقة الأولى عن نظيرتها فى المنطقة الثانية مما

يؤدى إلى ارتفاع قيمة الناتج الحدى لرأس المال فى المنطقة الأولى عن نظيرتها فى المنطقة الثانية . ويترتب على هجرة رأس المال بالشكل المبين أعلاه، أن يتناقص الطلب على العمل فى المنطقة الثانية بينما يزداد هذا الطلب على مورد العمل فى المنطقة الأولى، مما يؤدى بالتالى إلى تناقص كمية العمل اللازم انتقالها لتحقيق التشغيل الكامل وبلوغ صافى الناتج القومى لقيمته القصوى.

المراجـــع

أولاً: المراجع باللغة العربية :

١- إدوين مانسفيلد ، ناريمان بيهرايش، ***علم الاقتصاد***، ترجمة مركز الكتاب الأردنى (عمان : مركز الكتاب الأردنى، ١٩٨٨).

٢- إسماعيل محمد هاشم ، ***الاقتصاد التحليلى*** (الإسكندرية : دار الجامعات المصرية ، ١٩٨٤).

٣- جيمس م. هندرسون ، ريتشارد أ . كواندت ، ***نظرية اقتصاديات الوحدة*** ، ترجمة متوكل عباس مهلهل (القاهرة : المكتبة الأكاديمية ، ١٩٨٣) .

٤- جى هولتن ولسون ، ***الاقتصاد الجزئى : المفاهيم والتطبيقات*** ، ترجمة كامل إبراهيم سليمان العانى (الرياض: دار المريخ ، ١٩٨٧).

٥- جيمس جوارتنى، ريتشارد ستروب، ***الاقتصاد الجزئى : الاختيار الخاص والعام*** ، ترجمة محمد عبدالصبور على (الرياض : دار المريخ، ١٩٨٧).

٦- ريتشارد هـ. ليفتويتش ، ***نظام الأسعار وتخصيص الموارد*** ، ترجمة عبدالتواب اليمانى، عبدالحفيظ محمود الزليطنى (بنغازى : منشورات جامعة بنغازى، كلية الاقتصاد والتجارة ، بدون تاريخ).

٧- عبدالرحمن زكى إبراهيم ، ***الاقتصاد الإدارى*** (الإسكندرية : دار الجامعات المصرية ، ١٩٩٠).

٨- طلعت الدمرداش إبراهيم، ***التنبؤ بالطلب : لدراسة جدوى المشروعات*** (الزقازيق: مكتبة القدس ، ٢٠٠٤).

٩- ك . بولدنج ، ***التحليل الحدى***، جزءان، ترجمة صلاح الدين نامق وحسين عمر (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، ١٩٥٤).

١٠- محمد سلطان أبوعلى ، هناء خير الدين، ***الأسعار وتخصيص الموارد*** (القاهرة : المؤلفان ، ١٩٩١).

١١- محمود سمير طوبار ، ***التحليل الجزئى لسلوك مفردات المجتمع*** (القاهرة: التجارة والتعاون للطبع والنشر، بدون).

ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية:

2- Alfred D. Chandler, et al., (ed.), ***Big Business and The Wealth of Nations*** (Camberidge: Cambridge University Press, 1997).

1. Arthur A. Thompson, Jr., ***Economics of The Firm : Theory and Practice*** (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., Second Edition, 1977).

2. C. r. McGonnell and H. G. Gupta, ***Economics : Principles, Policies, Vol.4*** (New Delhi : Tata MacGraw-Hill Publishing Co. LTD., 1974).

2. Dominick Salvatore, ***Microeconomics*** (New York: Harper Collins Publishers Inc., 1991).

3. Edgar K. Browning and Jacquelene M. Browning, ***Microecoomie Theory and Application*** (Boston : Little, Brown and Company, 1983) .

4. Edwin Mansfield, ***Applied Microeconomics*** (New York: W. W. Norton & Company, Inc., 1997).

5. Friedman, ***Microeconomics : Policy and Analysis*** (New York: Macgraw-Hill, 1984).

6. Hal R. Varian, ***Intermediate Microeconomics : A Modern Approach*** (New York: W.W. Norton & Company, Inc., Fourth Edition, 1996).

7. J.P. Gould and C.E. Ferguson, ***Microeconomic Theory*** (Illinois : Richard A. Irwin, Inc., Fifth Edition, 1980).

8. Lloyd G. Reynolds, ***Microeconomics Analysis and Policy*** (Illinoes : Richard A. Irwin, Inc., 1973).

9. Melvin L. Greenhut., ***A Theory of The Firm In Economic Space*** (New York: Meredith Corporation, 1970).

10. P. R. G. Layard and A.A. Walters, ***Microeconomic Theory*** (New York: MacGrow-Hill, 1987).

11. Richard A. Bilas, ***Microeconomic Theory*** (New York: MacGraw-Hill, Second Edition, 1976).

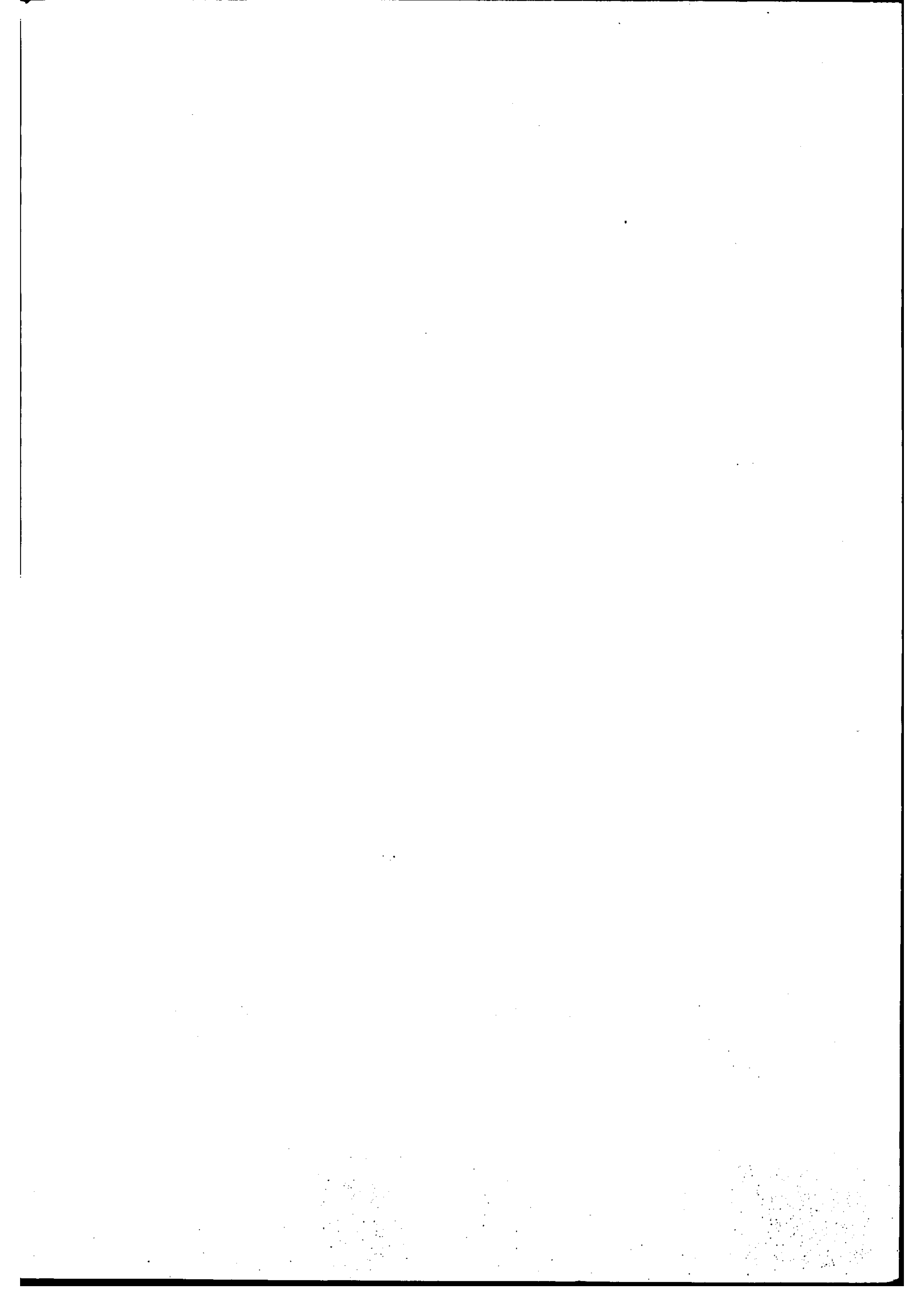
12. Roger N. Waud, ***Microeconomics*** (New York: Harper & Row, Publishers, Second Edition, 1983).

13. Stefno Zamagni, ***Microeconomic Theory : An Introduction*** (Oxford: Basil Blackwell, First Edition, 1987).

14. Walter Nicholson, **Microeconomic Theory : Basic Principles and Extensions** (Illinios : Dryden Press, Second Edition, 1978).

15. W. Breit and H. M. Hochman, Ed., **Reading In Microeconomics**.(London : Holt, Rinehart & Winston, 1970).

محتـــويات الكتـــاب



خاتمة

ختاماً يسجد المؤلف شاكراً لله تعالى على توفيقه وعونه لإنجاز هذا العمل، ويضع نصب عينيه :

* **قول الله تعالى :**



﴿ ... سُبْحَانَكَ لا عِلْمَ لَنَا إِلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴿٣٢﴾ ﴾

﴿ سورة البقرة ﴾

﴿ ... وَمَا أُوتِيتُم مِّنَ الْعِلْمِ إِلاَّ قَلِيلاً ﴿٨٥﴾ ﴾

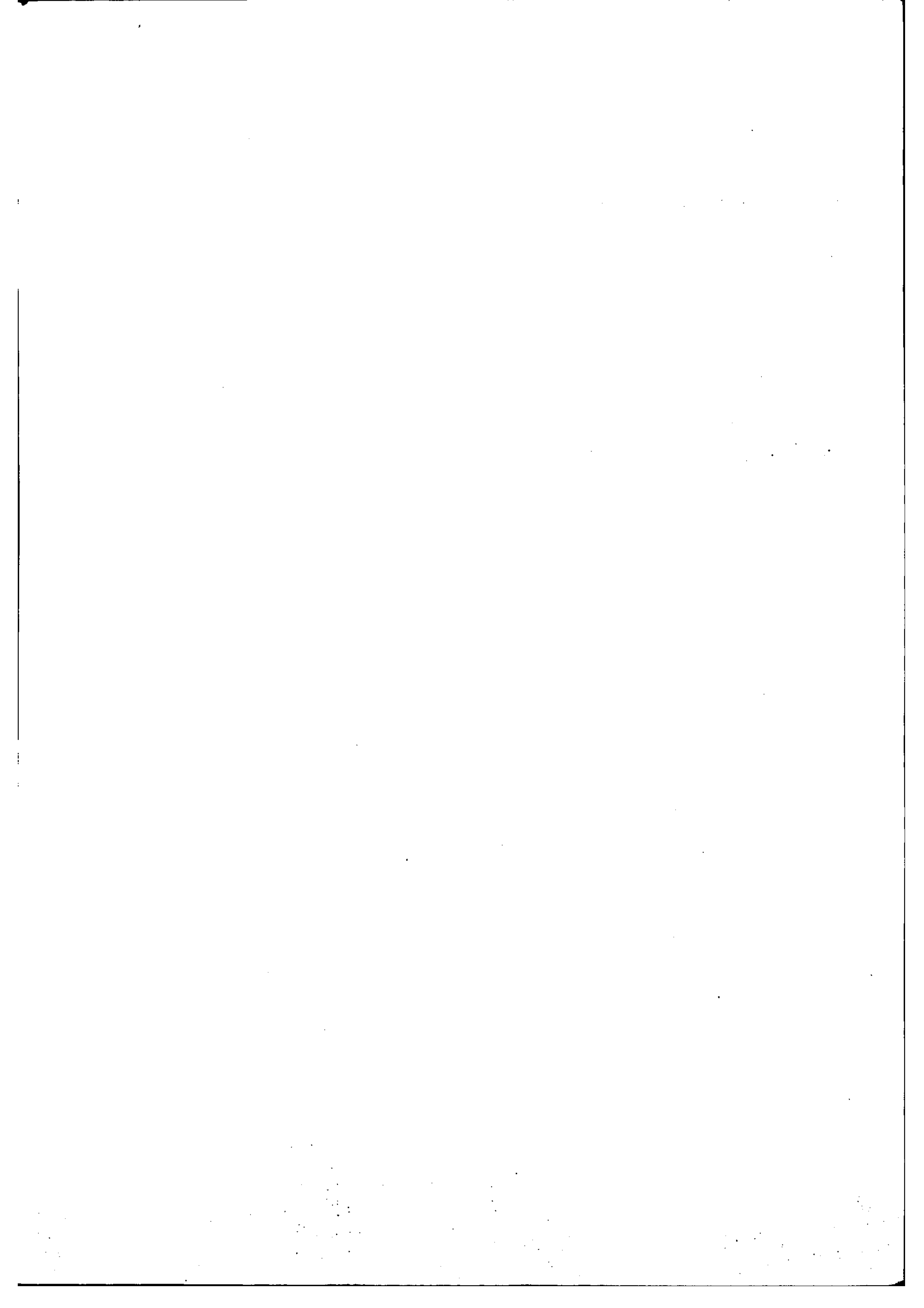
﴿ سورة الإسراء ﴾

•• **وقول رسولنا محمد ﷺ :**

' اطلبوا العلم من المهد إلى اللحد '

•• **وقول العماد الأصفهاني :**

' ... أني رأيت أنه لايكتب إنسانٌ كتاباً في يومه ، إلا قال في غده: لو غُيِّرَ هذا لكان أحسن، ولو زِيدَ كذا لكان يُستحسَن، ولو قُدِّمَ هذا لكان أفضل، ولو تُرِكَ هذا لكان أجمل، وهذا من أعظم العبر، وهو دليلٌ على استيلاءِ النقصِ على جُملة البشر ..... '





للطباعة

يسرى حسن إسماعيل

شارع عبد العزيز - الهدارة ٢ عابدين

عابدين ت ٢٩١٠٠٧٥٠ دار السلام ت ٢٢٠٩١١٨٠